



The strategy of developing the competitive advantages of indigenous rural entrepreneurship (Case study: rural areas of Isfahan)

Ahmad Hajarian 

Department of Geography and Rural Planning, University of Isfahan, Isfahan, Iran. [Email: a.hajarian@ltr.ui.ac.ir](mailto:a.hajarian@ltr.ui.ac.ir)

ABSTRACT

Objective: Indigenous rural entrepreneurship is one of the youngest research fields, which shows that this type of entrepreneurship is incompatible with some basic assumptions of classical (western) entrepreneurship. In Iran, including in Isfahan city, which has a rich cultural heritage and indigenous people, so far no attention has been paid to the issue of indigenous rural entrepreneurship and its competitive advantages.

Method: The current research, as an applied research in the field of indigenous rural entrepreneurship, tries to analyze and introduce this type of entrepreneurship and examine the competitive advantages of indigenous rural entrepreneurship. The current research is applied research in terms of purpose and descriptive-correlation research in terms of nature. The statistical population of the research consists of 339 entrepreneurs in the rural areas of Isfahan city. Data analysis was done using SPSS software and structural equation modeling (Smart PLS). In this research, the observed variables for four components of economic advantage, cultural advantage, social advantage and environmental advantage were obtained

Results: The results show that the measured validity of all four effective measurement models on indigenous rural entrepreneurship is acceptable. According to the results, the t coefficients between the main research variables were above 3.15, which means that the relationship is significant and direct; In this way, the dimensions of economic advantage, cultural advantage, social advantage and environmental advantage affecting rural native entrepreneurship are positive and significant, the value of R^2 shows that %96.7 of the dimension of native entrepreneurship is explained by achieving the four dimensions, and the dimension of economic advantage is explained by the coefficient 0/89 has had a greater impact than other dimensions.

Conclusion: Recognizing these advantages can be a stimulus to encourage rural natives to create rural native entrepreneurship.

Keywords: entrepreneurship, indigenous rural entrepreneurship, competitive advantages, Isfahan township.

Cite this article: Hajarian, A. (2024). The strategy of developing the competitive advantages of indigenous rural entrepreneurship (Case study: rural areas of Isfahan), *Journal of Entrepreneurship Development*. 16(5), 272-287.
Doi: <http://doi.org/10.22059/JED.2024.353089.654115>

Received: 2023-06-03;
© The Author(s).

Revised: 2023-11-01;
Article type: Research

Accepted: 2023-12-31; **Published online:** 2023-03-04
Publisher: University of Tehran Press.



استراتژی توسعه مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی روستایی (مطالعه موردی: نواحی روستایی شهرستان اصفهان)

احمد حجاریان

جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه ریزی دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.

a.hajarian@ltr.ui.ac.ir

چکیده

هدف: کارآفرینی بومی روستایی یکی از جوان‌ترین زمینه‌های تحقیقاتی است که نشان می‌دهد این نوع کارآفرینی با برخی مفروضات اساسی و اصلی کارآفرینی از نوع کلاسیک (غربی) ناسازگار است. در ایران از جمله در شهرستان اصفهان که دارای میراث فرهنگی غنی و مردمانی بومی است، تاکنون به موضوع کارآفرینی بومی روستایی و مزیت‌های رقابتی آن توجه‌ای نشده است.

روش: پژوهش حاضر به عنوان یک تحقیق کاربردی در حوزه کارآفرینی بومی روستایی سعی بر آن دارد، ضمن تحلیل و معرفی این نوع کارآفرینی، به بررسی مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی روستایی بپردازد. تحقیق حاضر به لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی و به لحاظ ماهیت از نوع تحقیقات توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری پژوهش را ۳۳۹ کارآفرین در نواحی روستایی شهرستان اصفهان تشکیل می‌دهد.

یافته‌ها: تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS و مدل سازی معادلات ساختاری (Smart PLS) انجام شده است. در این تحقیق متغیرهای مشاهده شده برای چهار مؤلفه مزیت اقتصادی، مزیت فرهنگی، مزیت اجتماعی و مزیت محیط زیستی به دست آمد. نتایج نشان می‌دهد که اعتبار اندازه‌گیری شده هر چهار مدل اندازه‌گیری موثر بر کارآفرینی بومی روستایی قابل قبول می‌باشد. با توجه به نتایج، ضرایب t بین متغیرهای اصلی پژوهش، بالای ۳/۱۵ بوده یعنی رابطه معنادار و مستقیم است؛ بدین ترتیب ابعاد مزیت اقتصادی، مزیت فرهنگی، مزیت اجتماعی و مزیت محیط زیستی تاثیرگذار بر کارآفرینی بومی روستایی، مثبت و معناداری می‌باشد که مقدار R^2 نشان می‌دهد ۹۶٫۷ درصد بعد کارآفرینی بومی با دستیابی به ابعاد چهارگانه تبیین شده و بعد مزیت اقتصادی با ضریب ۰/۸۹، تأثیر بیشتری نسبت به سایر ابعاد داشته است.

نتیجه: شناخت این مزیت‌ها می‌تواند به عنوان محرکی در جهت تشویق بومیان روستایی برای ایجاد کارآفرینی بومی روستایی باشد.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی، کارآفرینی بومی روستایی، مزیت‌های رقابتی، شهرستان اصفهان.

استناد به این مقاله: حجاریان، احمد (۱۴۰۲)، استراتژی توسعه مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی روستایی (مطالعه موردی: نواحی روستایی شهرستان

اصفهان). توسعه کارآفرینی، ۱۶(۵)، ۲۷۲-۲۸۷

Doi: <http://doi.org/10.22059/JED.2024.353089.654115>

تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۱۲/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۰/۱۰

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۸/۱۰



ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

نوع مقاله: پژوهشی

© نویسندگان.

۱. مقدمه

سازمان ملل متحد گروه‌های غیرفرهنگی غیرمتعارف را به دو دسته گسترده‌ای از "مردم بومی" و "اقلیت‌های بومی" تقسیم می‌کند (United Nation, 2009). این گروه‌ها که به عنوان گروه‌های با شیوه زندگی ابتدای و ساده که درک متفاوتی از مفاهیم و قوانین بین‌المللی، شیوه‌های کشورهای ملت خود دارند شناخته می‌شوند (Castellino and Doyle, 2018). مردم بومی - که موضوع پژوهش حاضر است، شامل یک گروه اقلیت از افرادی با ویژگی‌های زبانی، فرهنگی و اجتماعی متمایز هستند که به عنوان اولین ساکنان یک قلمرو شناخته شده‌اند (Perdro and Chrisman-James, 2006). مردم و افراد بومی در سرزمین اجدادی خود از طریق تبار، خودشناسی و پذیرش جامعه آداب و رسوم و فرهنگ اجدادی خود حفظ کرده‌اند (Paradies, 2005). انجمن دائمی سازمان ملل متحد در مورد مسائل بومی (۲۰۲۰) برآورد کرد که بیش از ۳۷۰ میلیون نفر بومی در سراسر ۹۰ کشور در سراسر جهان - از جمله در ایران - زندگی می‌کنند که سنت‌های منحصر به فرد خود و ویژگی‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی خود را حفظ کرده‌اند.

مردم بومی معمولاً با وابستگی به تولید معیشتی و عمدتاً جامعه روستایی مشخص می‌شوند که معمولاً در هر منطقه و قاره ساکن هستند (Dana, 2015). با این حال، بیشتر آنها جزء فقیرترین افراد هستند و با فقر مزمن، سطح پایین تحصیلات و سلامت ضعیف مواجه‌اند (Lemo, 2013). این جوامع بومی در سراسر جهان از طرق مختلف به دنبال توسعه اقتصادی، و به دنبال راهی برای دستیابی به اهداف فردی و اجتماعی توسعه و غلبه بر وضعیت فقر خود هستند (Abd Rahman et al, 2020). انجمن دائمی سازمان ملل متحد در مورد مسائل بومی (۲۰۲۰) و همچنین محققانی چون هیندل و لندون^۱ (۲۰۰۵)؛ پردو و کریسمان^۲ (۲۰۰۶)؛ دانا و اندرسون^۳ (۲۰۰۷)؛ کاجون^۴ (۲۰۱۲)؛ دانا^۵ (۲۰۱۵)؛ کراچه^۶ (۲۰۱۷) و امیرالدین^۷ و همکاران (۲۰۲۰)؛ کارآفرینی بومی را الگویی برای توسعه اقتصادی آنها ذکر کرده است. همین محققان نیز کارآفرینی بومی را یکی از زمینه‌های نوظهور کارآفرینی ذکر کرده‌اند (Amiruddin et al, 2020). آنها کارآفرینی بومی را با عنوان رویکردی جدید در مباحث توسعه بومیان به رسمیت شناخته‌اند (Cooney, 2021)، و معتقدند کارآفرینی بومی یکی از انواع مختلف کارآفرینی و از زمینه‌های مهم و جدید آن است که امروزه تبدیل به کانون ابتکارات، تلاش‌ها و برنامه‌ها در سطوح محلی شده است (Doan, 2022). بر اساس تعریف اولیه، کارآفرینی بومی به عنوان "ایجاد، مدیریت و توسعه مشاغل جدید توسط افراد بومی به نفع بومیان" تعریف شده است (Hindle & Lansdowne, 2005). ادبیات اولیه در مورد کارآفرینی بومی روستایی، ارزش‌های بومی را به عنوان نیروی محرکه فعالیت‌های کارآفرینی در نظر می‌گیرد و کارآفرینی بومی را متفاوت از دیدگاه فردگرایانه کلاسیک می‌بیند که در ادبیات اصلی در مورد کارآفرینی ظاهر شده است (Hindle, 2010). این نوع کارآفرینی که بیشتر در محیط روستا متبلور می‌شود به روستاییان این فرصت را می‌دهد تا درآمد خودشان را فراهم کنند، شغل ایجاد کنند و در جوامع از طریق روش‌های منطبق با اهدافشان برای توسعه سرمایه‌گذاری کنند (Croce, 2017).

در ایران بر خلاف اکثر کشورهای دنیا توسعه کارآفرینی بومی روستایی آنچنان که باید مورد توجه قرار نگرفته و کارآفرینی بومی روستایی، در ایران ناشناخته باقی مانده است. این در حالی است که کشور ایران و از جمله شهرستان

- 1- United Nations Permanent Forum on Indigenous Issues
- 2- Hindle & Lansdowne
- 3- Peredo & Chrisman
- 4- Dana & Anderson
- 5- Cachon
- 6- Croce
- 7- Amiruddin

اصفهان با قدمت تاریخی، پیشینه فرهنگی و روستاهایی که فرهنگ و سنت بومی خود را حفظ نموده اند، دارای ذخایر فرهنگی و هنری بومی فراوان است که می‌تواند یک مدل و ابزاری برای پیشرفت اقتصادی مردم بومی این منطقه باشد. لازمه این امر و یکی از راه‌های موجود در مسیر توسعه قرار گرفتن افراد بومی به وسیله کارآفرینی بومی معرفی این نوع کارآفرینی و شناسایی و ارائه مزیت‌های کارآفرینی بومی است. بنابراین و با عنایت به اینکه ارائه و شناسایی مزیت‌های رقابتی کارآفرینی و شناخت آنها می‌تواند به عنوان محرکی در جهت تشویق کارآفرینان روستایی در شهرستان اصفهان باشد و ارائه مزیت‌های رقابتی کارآفرینی و شناخت آنها می‌تواند به عنوان محرکی برای ایجاد کارآفرینی و توسعه کسب و کارهای بومی در این منطقه تلقی شود، در قالب این پژوهش تلاش خواهد شد که به این سوالات پاسخ داده شود که ۱) وضعیت کارآفرینی بومی روستایی در شهرستان اصفهان چگونه است؟ ۲) از نظر کارآفرینان بومی روستایی در منطقه مورد مطالعه، مهم‌ترین مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی روستایی کدام‌اند؟

۲. پیشینه پژوهش

۱.۲. پیشینه نظری

کارآفرینی بومی بر گرفته از الگوی اقتصاد بومی است. بر اساس تعاریف نظریه پردازانی چون مورلی^۱ (۲۰۱۴) اقتصاد بومی به عنوان دخالت مردم بومی در استخدام، ایجاد کسب و کار، دارایی و ایجاد ثروت در جوامع و مناطقی که در آن زندگی می‌کنند، تعریف شده است. در واقع اقتصاد بومی به معنای توسعه اقتصاد جوامع توسط خود بومیان تعریف شده است. هانتز^۲ (۲۰۱۸) اعتقاد بر این داشت که توسعه اقتصادی بومی از طریق بومیان این است که کسب و کارهای خصوصی و یا کسب و کارهای مبتنی بر جامعه را خود بومیان اداره کنند.

بر اساس تعریف اولیه نظریه پردازان الگوی بومی، کارآفرینی بومی شامل ایجاد کسب و کار و استفاده از فرصت‌های تجاری و بالقوه برای افراد بومی است که با استفاده از منابع محلی و به صورت سنتی ایجاد و توسعه داده شوند (Altman, 2004). به گفته دانا و اندرسون (۲۰۰۶) که از محققان اصلی نظریات کارآفرینی بومی هستند، کارآفرینی بومی ایجاد شغل و فرصت‌های شغلی برای جوامع بومی است (Dana and Anderson, 2006). میکا^۳ (۲۰۱۷) کارآفرینی بومی را به عنوان راهکارهای پایدار کسب و کار برخاسته از خود جوامع بومی و فرهنگ آنها معرفی نموده است. در ادبیات دانشگاهی نیز کارآفرینی بومی به عنوان "ایجاد، مدیریت و توسعه مشاغل جدید توسط افراد بومی به نفع بومیان" تعریف شده است (Hindle & Lansdowne, 2005). کارآفرینی بومی را می‌توان به عنوان مفهوم، اداره و توسعه فرآیندهای کسب و کار جدید درک کرد که توسط افراد بومی به دنبال تامین معیشت و کسب سود هدایت و مدیریت می‌شود (Collins et al, 2017). دافی^۴ (۲۰۱۱: ۸) کارآفرینی را یک مفهوم گسترده‌ای برای توسعه کسب و کار و سود تعریف می‌کند که تفاوت بین اصطلاح عمومی "کارآفرینی" و به طور خاص نوعی که "کارآفرینی بومی" نامیده شده است وجود دارد و کارآفرینی بومی باید شامل دانش رابطه با فرهنگ و دارایی‌های غیر اقتصادی باشد. کارآفرینی بومی با مشارکت بومیان در کسب و کارهای بومی و محلی به منظور تامین درآمد، ایجاد اشتغال و ثروت و حفظ محیط زیست به خودکفایی بومیان می‌پردازد (Olowo et al, 2022). مطالعات کارآفرینی بومی بر زمینه اجتماعی- فرهنگی، در برخی مناطق جغرافیایی، سطح فردی کارآفرینی با ترکیب اهداف اقتصادی و اجتماعی تمرکز می‌کند (Padilla-Meléndez et al,

1- Morley
2- Hunter
3- Mika
4- Daffy

2022). بر اساس این تعریف کارآفرینی بومی تنها به دنبال کسب سود برخلاف کارآفرینی کلاسیک- نمی باشد بلکه دارای اهداف فرهنگی، معیشتی و پایداری زیست محیطی نیز می باشد.

در زمینه کارآفرینی بومی روستایی نیز می توان گفت که این نوع کارآفرینی بومی مخصوص جوامع بومی و روستایی است که در بافت های یک جامعه روستایی مستقر شده اند، جایی که شیوه زندگی سنت و مدرنیته را با هم ترکیب می کند (Lee-Ross & Mitchell, 2007). کارآفرینی بومی روستایی شامل ایجاد کسب و کار و فعالیت هایی است که در یک مکان خاص روستایی تعبیه شده و در شبکه های خویشاوی نزدیک جاسازی شده است (به عنوان مثال، هنرهای دستی، صنایع دستی و موسیقی) (Coria and Calfucura, 2012).

یاپ و همکاران^۱ (۲۰۲۲) گزارش داد که کارآفرینان بومی روستایی متفاوت از کارآفرینان غیر بومی هستند. برای کارآفرینان بومی، بسیاری از انگیزه ها ناشی از برنامه جانشین پروری و تمایل نسل های آینده است که مجبور نباشند سختی هایی را که خود و پیشینیان آنها متحمل شده اند را پشت سر بگذارند.

آکانبی^۲ (۲۰۲۱) در خصوص مزیت های کارآفرینی بومی روستایی اظهار داشت که استفاده و کاربرد برخی از جنبه های فرهنگ بومی مانند زبان، مراسم و رقص، آهنگ ها و روابط خویشاوندی در تولید محصولات و کالاهای بومی نقش اساسی دارد و مزیت فرهنگی همان حلقه گشده در کارآفرینی کلاسیک است. هانسن و برون^۳ (۲۰۱۶) توضیح دادند که در همه جوامع بومی توسعه اقتصادی و کارآفرینی بومی تحت تأثیر ارتباطات روابط اجتماعی خاص، نهادهای حاکم بر جامعه بومی و ارزش های اجتماعی قرار می گیرد و اهداف کارآفرینی نیز با توجه به این ویژگی ها و ارزش ها، مزیت های اجتماعی نیز متفاوت و مختلف است. مونبیات^۴ (۲۰۱۹) سرمایه اجتماعی افراد و جامعه را عنصر اساسی در ایجاد کارآفرینی بومی دانست و معتقد بود که این عنصر مزیت مهم کارآفرینی بومی است. اسمیت و هانت^۵ (۲۰۱۸) در خصوص کارآفرینی بومی اظهار کردند که در کارآفرینی بومی، دانش و ارزش های بومی بر اساس تاریخ، تجربه زندگی، ارتباط با جامعه و جغرافیا/ مکان با اهداف اقتصادی ترکیب می شوند. در واقع، در کارآفرینی بومی مزیت های اقتصادی تکمیل کننده و وابسته به مزیت های اجتماعی، زیست محیطی، فرهنگی و معنوی است و نه فقط تأکید بر بعد اقتصادی (سود، درآمد، اشتغال و غیره). یاپ و همکاران^۶ (۲۰۲۲) تأمین راحت منابع مالی و پشتیبانی، آموزش سنتی و نسل به نسل فعالیت های بومی را مزیت مهم کارآفرینی بومی روستایی ذکر کرده اند.

۲. مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

مطالعات زیادی در مورد کارآفرینی روستایی انجام گرفته است. با این حال تا کنون مطالعه و یا طرحی در زمینه کارآفرینی بومی روستایی و بررسی مزیت های رقابتی کارآفرینی بومی روستایی انجام نگرفته و برای اولین بار است که در ایران به بررسی مزیت های رقابتی کارآفرینی بومی روستایی پرداخته شده است.

با این حال پژوهش و مطالعات مختلفی در خارج از کشور در زمینه کارآفرینی بومی روستایی و عوامل موثر بر توسعه آن انجام گرفته که در ادامه به برخی از پژوهش ها اشاره شده است. مانند مطالعه کالینز^۷ و همکاران (۲۰۱۷) که با

1- Yap

2- Akanbi

3- Hansen and Brown

4- Monbiot

5- Hunt & Smith

6- Yap

7- Collins

استفاده از روش کیفی و مصاحبه عمیق با کارآفرینان بومی به بررسی ارتباط فرهنگ و کارآفرینی بومی در مشاغل کوچک روستایی در استرالیا پرداختند. نتایج مطالعه آنان نشان داد که بین فرهنگ بومی و کارآفرینی بومی رابطه‌ای پیچیده و گاه متناقض وجود دارد و فرهنگ جوامع بومی و ضرورت آن در توسعه کارآفرینی بومی مزیت مهم در توسعه کارآفرینی بومی است. تریتیاکف^۱ و همکاران (۲۰۲۰) نشان دادند که کارآفرینی بومی به سرمایه انسانی ارزش می‌افزاید. به همین خاطر موفقیت کارآفرینان بومی مهم است؛ زیرا آنها به عنوان منابع الهام و نوآوری برخاسته‌اند، به رفاه جمعی مردم بومی کمک می‌کنند و برخی از نمونه‌های موفق آن منجر به پایداری کسب و کار شده‌اند. تیپو و سرکار^۲ (۲۰۲۰) در مطالعه‌ای توسعه چارچوب پویای یکپارچه کارآفرینی بومی روستایی در امارات متحده عربی را مورد بررسی قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که مدل‌های کارآفرینی بومی بیشتر بر شاخص‌های زمینه‌ای افراد بومی متمرکز است و ویژگی‌های فردی کارآفرینان بومی زمینه ساز موفقیت آنها می‌شود. تام‌تیک^۳ (۲۰۲۰) با استفاده از روش‌های مروری و تجربی به بررسی سیاست کارآفرینی بومی و نوآوری در مناطق روستایی کانادا پرداختند و به این نتیجه رسیدند که کارآفرینی بومی با توسعه اقتصادی و نوآوری بومی قابل توجهی همراه است. هدایت برنامه‌های کارآفرینی بومی با زمین و جامعه، آموزش و پرورش، اهمیت بقای آن و تعیین سرنوشت فرهنگی در ارتباط کامل قرار دارد. مولین-رامیرز و باربا سانچز^۴ (۲۰۲۱) از طریق تحقیقات کیفی، با استفاده از مصاحبه با پنج کارآفرین بومی نقش جامعه به عنوان عنصر متمایز در کارآفرینی بومی مکزیک را مورد بررسی قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که نقش، هویت، اشتراک (شیوه زندگی جمعی)، و جهان‌بینی به طور مثبتی به دستاوردهای پروژه کارآفرینی کمک می‌کند و بر خود جامعه نیز تأثیر می‌گذارد. آنها توصیه‌هایی برای عوامل مختلف اقتصادی و اجتماعی در خصوص حمایت از پایداری جوامع بومی و حفاظت از فرهنگ و میراث تاریخی کارآفرینان بومی ارائه دادند. آکانبی^۵ (۲۰۲۱) در مطالعه‌ای با استفاده از روش پیمایشی به بررسی تأثیر فعالیت‌های کارآفرینی بومی بر پایداری معیشت روستایی در جنوب غربی نیجریه پرداختند. نتایج این مطالعه نشان داد که کارآفرینی بومی به طور قابل توجهی به تولید اشتغال و معیشت پایدار (بقاء، منابع درآمدی، نیازهای زندگی و غیره) کمک می‌کند. به تحقق بیشتر این امر، شناسایی مزیت‌ها، سیاست‌ها و انگیزه‌هایی که باعث تشویق کارآفرینی بومی می‌شود باید تدوین شود. پادیللا-ملندز و همکاران (۲۰۲۲) نیز زمینه تحقیقاتی کارآفرینی بومی و ادبیات آن را به عنوان یک حوزه نوظهور امیدوارکننده از تحقیقات اقتصادی معرفی کردند که مزیت‌هایی غیر از درآمد و ایجاد اشتغال برای افراد بومی دارد که این مزیت‌ها ممکن است فرهنگی، محیطی، معنوی و اجتماعی باشند.

۳. روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نوع تحقیقات کمی-کاربردی می‌باشد. همچنین تحقیق از حیث امکان کنترل متغیرها نیز تحقیق از نوع تحقیقات شبه تجربی است، زیرا با توجه به پس‌رویدادی بودن تحقیق امکان کنترل متغیرها به نحو کامل وجود

1- Tretiakov

2- Tipu & Sarker

3- Tamtik

4- Molina-Ramírez & Barba-Sánchez

5- Akanbi

6- Padilla-Meléndez

ندارد. جامعه آماری این پژوهش در برگیرنده کارآفرینان روستایی شهرستان اصفهان است که به منظور شناسایی با مراجعه به واحد ترویج، صنایع روستایی و اعتبارات تعداد ۳۳۹ واحد در سال ۱۴۰۱ شناسایی شد که با مراجعه به آنها نسبت به تکمیل پرسشنامه اقدام گردید. همچنین اسامی روستاهای مورد مطالعه و سهم پرسشنامه از واحدهای کارآفرینی در آن روستا در جدول (۱) آورده شده است.

جدول ۱. روستاهای مورد مطالعه و برآورد حجم نمونه در آن

روستا	سهم پرسشنامه
پیکان	۲۴
رامشه	۴۳
جندان	۲۳
کفرو	۱۰
برکان	۸
زیار	۵۱
برسیان	۷
فساران	۸
منشیان	۱۶
فنارت	۱۹
خاتون آباد	۴۰
راران	۴۵
هفت شویه	۲۶
اصفهانک	۱۹
مجموع	۳۳۹

برای تأیید روایی و پایایی تحقیق، علاوه بر مرور دقیق و مکرر متن مصاحبه‌ها با هدف مأنوس شدن پژوهشگر با داده‌ها، این اقدامات نیز، مشابه روش نجفی^۱ و همکاران (۲۰۲۰: ۸-۹)، انجام شد: الف) از فرایندهای مدون برای ثبت و تفسیر داده‌ها استفاده شد. بدین صورت که متن ضبط شده تمام مصاحبه‌ها، به دقت پیاده‌سازی شد. ب) کدگذاری داده‌ها و محتوای مضمون‌ها توسط دو نویسنده اول و دوم، مورد بررسی قرار گرفت. ج) کثرت‌گرایی در جمع‌آوری داده، که سعی شد داده‌ها از مدیران استارت‌آپ‌های فعال در حوزه‌های مختلف جمع‌آوری شود. د) نتایج بدست آمده با تعدادی از مشارکت‌کنندگان به بحث گذاشته شد و بعد از تعدیل جزئی و تأیید اکثریت یافته‌ها، گزارش نهایی تدوین گردید. در بخش کمی تحقیق با توجه به مطالعه ادبیات نظری و مطالعه تحقیقات گذشته متغیرها و ابعاد تحقیق در ۴ بعد کلی مشخص گردید، جدول (۲).

جدول ۲. متغیرها و ابعاد مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی روستایی

ابعاد	متغیرها
توصیفی	جنسیت؛ سن؛ فعالیت اقتصادی؛ سطح تحصیلات؛ سابقه سکونت در روستا، سابقه کارآفرینی

متغیرها	ابعاد
ریسک کم اما سودآور بودن کارآفرینی بومی روستایی، فراهم کردن اقتصاد ترکیبی (کشاورزی، گردشگری، صنایع دستی و ..)، فراهم کردن فرصت‌های اشتغالزایی در بخش گردشگری، صنایع دستی و ...، منحصربه‌فرد بودن محصولات کارآفرینی بومی بدون توجه به قیمت آن، تولید محصولات با صرفه اقتصادی در ارتباط با زمین و محیط (گردشگری، صنایع دستی، صنایع چوبی، محصولات کشاورزی و غیره)، ایجاد فرصت‌های درآمدی با استفاده از منابع محلی (زمین، مراتع، جنگل ...)، تولید کالاها/محصولات بومی که در برابر نوسانات اقتصادی آسیب‌پذیری کمتری دارد، حضور بیشتر افراد بومی در صنایع روستایی (کشاورزی، صنایع دستی، گردشگری و ..)، نیاز به سرمایه کوچک/کم و قابلیت استفاده از مواد اولیه در مجاورت و محیط	مزیت اقتصادی
استفاده از دانش سنتی برای توسعه کارآفرینی و انتقال آن به نسل بعدی، آشتی و ترکیب سنت و نوآوری در گذشته و حال با هم، از طریق کارآفرینی بومی، بازتولید هویت، زبان، لباس محلی و دانش که می‌تواند به عنوان یک محصول کارآفرینی بومی ارائه شود، استفاده از فرهنگ بومی مانند مراسم و رقص، آهنگ‌ها و روابط خویشاوندی در تولید محصولات بومی، کاربرد صنعت هنر و موسیقی و صنایع سنتی به عنوان محصول، حفظ فرهنگ و ارزش‌های سنتی به عنوان محصول (هنر و صنایع دستی و ..)	مزیت فرهنگی
افزایش مشارکت و سرمایه اجتماعی افراد و جامعه به عنوان عنصر اساسی در ایجاد کارآفرینی بومی، تحت تاثیر فرهنگ، منفعت جمعی، خانواده/جامعه را مد نظر قرار می‌دهد، حفظ شیوه زندگی اجتماع / روابط خویشاوندی (اصلی مهم در کارآفرینی بومی)، بهبود شرایط اجتماعی افراد، خانواده‌ها و جوامع از طریق کسب و کار بومی، حفظ منزلت اجتماعی خانواده؛ براساس مدیریت خانوادگی و مشارکت آنان، خودمختار کردن افراد بومی و استقلال بومیان	مزیت اجتماعی
مدیریت پایدار زمین، جنگل و محیط زیست و منابع طبیعی توسط بومیان، احترام گذاشتن و مقدس دانستن محیط و منابع طبیعی توسط مشاغل بومی، استفاده از زمین بومی و ارتباط با محیط محلی، استفاده از شیوه‌های پایدار به عنوان یک کسب و کار (شکار، پرورش آبزیان و گردشگری)، حفظ محیط از طریق حفظ پایه‌های کسب و کار بومی (زمین، جنگل و ...)، تاکید بر محیط زیست به عنوان پایه شکل‌گیری کسب و کار بومی، استفاده از شیوه‌های سازگار با محیط زیست (صنایع دستی، گردشگری، آبی‌پروری و جنگلداری، معدن، چوب و ..)، در کنار استفاده از منابع طبیعی، حفاظت از منابع طبیعی بومی	مزیت زیست محیطی

برای آشکار شدن روایی صوری این شاخص‌ها و همانندی آن با روستاهای ناحیه مورد مطالعه؛ از صاحب‌نظران دانشگاهی در حوزه اقتصاد، علوم اجتماعی، و جغرافیا مورد بررسی قرار گرفت. پس از دریافت نظرات آن‌ها، بخش‌های نیازمند بازنگری مورد نیاز در پرسشنامه صورت گرفت و تعدادی از سؤال‌های بی‌اهمیت حذف شد. برای بررسی پایایی و قابل اعتماد بودن داده‌های پرسشنامه‌ای پژوهش از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد. بنابراین، ابتدا یک نمونه ۳۰ تایی از پرسشنامه در جامعه مورد نظر توزیع و با توجه به مقدار آلفای کرونباخ به دست آمده، ویرایش نهایی پرسشنامه صورت گرفت و در نمونه مربوط، توزیع شد. سرانجام، برای پژوهش حاضر مقدار آلفای کرونباخ برای کل متغیرهای تحقیق، ۰/۷۴۸ بدست آمد که از سطح قابل قبولی برخوردار است.

جدول ۳. مقدار ضریب آلفای کرونباخ در راستای تعیین پایایی ابزار پژوهش

کل	مزیت محیط زیستی	مزیت فرهنگی	مزیت اجتماعی	مزیت اقتصادی	ابعاد
۰/۷۴۸	۰/۶۹۹	۰/۷۵۱	۰/۸۳۱	۰/۷۱۰	مقدار آلفای کرونباخ

۴. یافته ها

۴.۱. یافته های توصیفی

یافته های توصیفی بدست آمده از نمونه مورد مطالعه به صورت خلاصه در جدول (۴) آورده شده است.

جدول ۴. مشخصات فردی پاسخگویان

جنسیت	فراوانی	درصد	گروه سنی	فراوانی	درصد
زن	۱۰۹	۳۲/۴٪	۲۰ تا ۴۰ سال	۱۹۲	۵۶/۸٪
مرد	۱۳۰	۶۷/۶٪			
تحصیلات	فراوانی	درصد	۴۰ تا ۶۰ سال	۱۱۳	۳۳/۲٪
کارشناسی	۲۳۷	۶۹/۵٪	بیشتر از ۶۰ سال	۳۴	۱۰/۰٪
کارشناسی ارشد	۹۹	۲۹/۷٪	سابقه کارآفرینی	فراوانی	درصد
دکتری	۳	۰/۰۰۸٪	کمتر از ۵ سال	۲۷	۸/۰٪
-	-	-	بیشتر از ۵ سال	۳۱۲	۹۲/۰٪

۴.۲. بررسی وضعیت ابعاد مزیت های رقابتی کارآفرینی بومی در نواحی روستایی شهرستان اصفهان

بر پایه نتایج تحقیق، از نظر روستاییان در کل شاخص مزیت های رقابتی کارآفرینی بومی با میانگین ۳/۲۶ بالاتر از میانه نظری تحقیق (یعنی ۳) بوده است؛ و شاخص اقتصادی با میانگین ۳/۵۷ نسبت به سایر شاخص ها موثرتر می باشد. با توجه به اعداد کران بالا و پایین در فاصله اطمینان، شاخص های مزیت های رقابتی کارآفرینی بومی از سطح میانه متوسط، بیشتر بوده است جدول (۵).

جدول ۵. ارزیابی میزان اهمیت شاخص های مزیت های رقابتی کارآفرینی بومی از نظر ذینفعان (شهرستاندار آزمون=۳)

شاخص ها	میانگین	مقدار آماره t	سطح معناداری	اختلاف میانگین	
				پایین	بالا
مزیت اقتصادی	۳,۵۷	۴۶,۷۳	۰,۰۰۰	۱,۳۷	۱,۲۶
مزیت اجتماعی	۳,۴۳	۲۰,۳۱	۰,۰۰۰	۰,۹۰	۰,۷۴
مزیت محیط زیستی	۲,۷۸	۳۰,۵۴	۰,۰۰۰	۱,۱۹	۱,۰۴
مزیت فرهنگی	۳,۲۸	۴۱,۵۴	۰,۰۰۰	۱,۴۱	۱,۳۵
مزیت های رقابتی کارآفرینی بومی در نواحی روستایی	۳/۲۶	۵۲,۷۰	۰,۰۰۰	۱,۲۱	۱,۱۲

مأخذ: یافته های پژوهش، ۱۴۰۱

۴.۳. بررسی تأثیر مولفه ها بر کل اثرگذاری مزیت های رقابتی کارآفرینی بومی

نتایج آزمون همبستگی پیرسون (با اطمینان از توزیع نرمال داده‌ها) نشان می‌دهد که تمامی مقادیر احتمال آزمون جهت ارتباط بین شاخص‌های مزیت اقتصادی، مزیت فرهنگی، مزیت اجتماعی و مزیت محیط زیستی با متغیر کارآفرینان بومی دارای سطح معناداری کمتر از ۰,۰۱ می‌باشد، در نتیجه بین این شاخص‌ها و متغیر مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی همبستگی مستقیم وجود دارد، پس با افزایش سطح شاخص‌ها، شاخص مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی روستایی نیز بهبود یافته است (جدول ۶).

جدول ۶. بررسی رابطه شاخص‌های مزیت اقتصادی، مزیت فرهنگی، مزیت اجتماعی و مزیت محیط زیستی با متغیر کارآفرینی بومی روستایی

کارآفرینی بومی روستایی			وابسته
نتیجه آزمون	سطح معناداری	مقدار آماره پیرسون	مستقل
رابطه معنی‌دار وجود دارد	۰,۰۰۰	۰,۶۵۶**	مزیت اقتصادی
رابطه معنی‌دار وجود دارد	۰,۰۰۰	۰,۵۱۱**	مزیت اجتماعی
رابطه معنی‌دار وجود دارد	۰,۰۰۰	۰,۷۴۱**	مزیت فرهنگی
رابطه معنی‌دار وجود دارد	۰,۰۰۰	۰,۶۵۷**	مزیت محیط زیستی

در پژوهش حاضر متغیرهای مزیت اقتصادی، مزیت فرهنگی، مزیت اجتماعی و مزیت محیط زیستی و کارآفرینی بومی روستایی سازه‌های اصلی (و متغیرهای پنهان تحقیق) هستند که هر یک از این سازه‌ها بر اساس مدل مفهومی پژوهش، از شاخص‌های مختلفی تشکیل شده‌اند که توسط تعدادی گویه یا سؤال سنجیده شده‌اند که در مطالب بالا ارائه شده است. در این مدل، روایی پرسشنامه توسط دو معیار روایی همگرا و واگرا که مختص مدل‌سازی معادلات ساختاری است، بررسی شد.

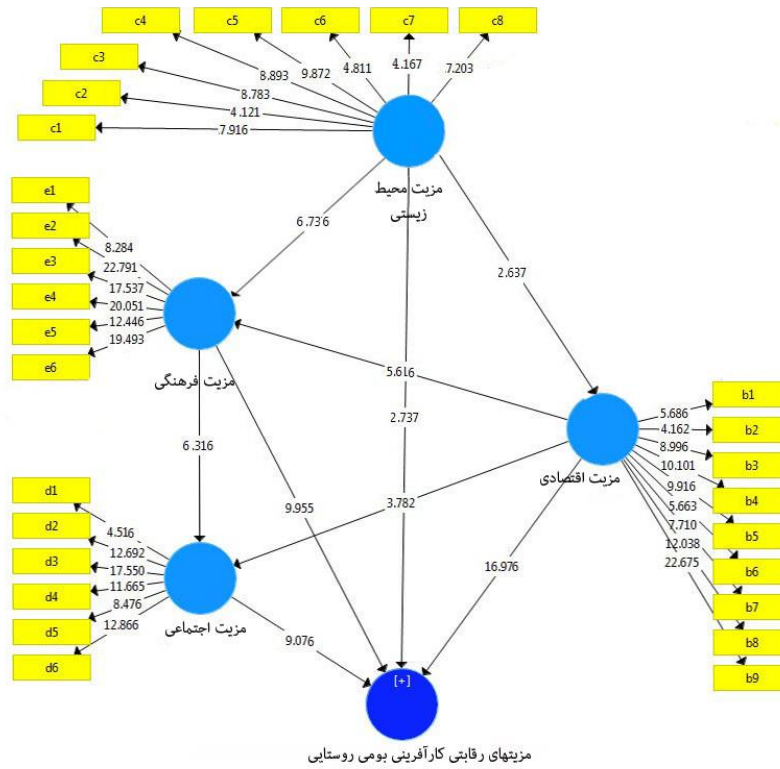
جدول ۷. شاخص‌های ارزیابی اعتبار و پایایی ابزار موثر بر کارآفرینی بومی روستایی

پایایی		اعتبار ممیز			اعتبار همگرا	مؤلفه
پایایی ترکیبی (CR>0/7)	آلفای کرونباخ (Alpha>0/7)	HTMT	بارهای عاملی متقاطع	فورنل و لارکر	AVE	
۰,۸۸۲	۰,۸۵۶	تائید	تائید	تائید	۰/۸۴۵	مزیت اقتصادی
۰,۸۹۱	۰,۸۹۰	تائید	تائید	تائید	۰/۸۱۳	مزیت محیط زیستی
۰,۷۹۴	۰,۷۸۶	تائید	تائید	تائید	۰/۶۴۴	مزیت اجتماعی
۰,۸۷۷	۰,۸۳۹	تائید	تائید	تائید	۰/۷۱۴	مزیت فرهنگی
۰,۸۶۷	۰,۸۶۶	تائید	تائید	تائید	۰/۷۴۱	کارآفرینی بومی روستایی

در پژوهش حاضر، تمامی مقادیر AVE مربوط به سازه‌ها از ۰/۵ بیشتر بوده و این مطلب، مؤید این می‌باشد که روایی همگرایی پرسشنامه حاضر در حد قابل قبول است (جدول ۷).

با توجه به اینکه مقدار مناسب برای آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی ۰/۷ است و مطابق با یافته‌های تحقیق این معیارها در مورد متغیرهای مکنون مقدار مناسبی را اتخاذ نموده‌اند، می‌توان متناسب بودن وضعیت پایایی پژوهش را تأیید کرد. پس از آزمون مدل بیرونی لازم است تا مدل درونی که نشانگر ارتباط بین متغیرهای مکنون پژوهش است، ارائه شود.

جهت بررسی تأثیر شاخصهای مزیت اقتصادی، مزیت فرهنگی، مزیت اجتماعی و مزیت محیط زیستی و کارآفرینی بومی روستایی با استفاده از رویکرد مدل سازی معادله ساختاری واریانس محور متغیرهای مستقل و وابسته پژوهش به صورت متغیرهای مکنون و در قالب مدل های عاملی مرتبه اول وارد مدل معادله ساختاری گردیدند.

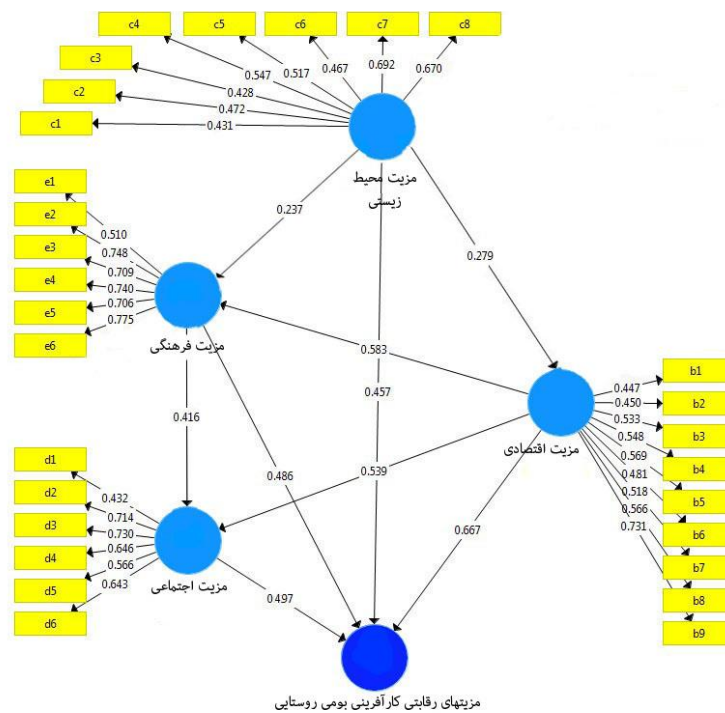


شکل ۱. مدل ساختاری تأثیر ابعاد مزیت اقتصادی، مزیت فرهنگی، مزیت اجتماعی و مزیت محیط زیستی و کارآفرینی بومی روستایی (همراه با ضرایب معناداری Z)

همان گونه که در شکل (۱) مشخص است، ضرایب T بین شاخص ها و متغیر کارآفرینی بومی روستایی ، بالای ۲/۵۸ هستند، یعنی ارتباط بین متغیرها در جامعه نمونه با اطمینان در سطح ۰/۰۱ تأیید می شود. علاوه براین، برای بررسی معناداری ضریب مسیر لازم است مقدار t برای هر مسیر برآورد گردد (جدول ۸). لازم به توضیح می باشد که اثر مستقیم شاخص مزیت اقتصادی بر محیط زیستی نیز مورد بررسی قرار گرفته که معنادار نشده است و از مدل حذف گردید.

جدول ۸. شاخص های ارزیابی مدل درونی پژوهش، جهت و معناداری اثرات مستقیم

روابط بین سازه ها	ضریب بتای شهر استاندارد	T Statistics	سطح معناداری (p)
اقتصادی - اجتماعی	۰,۰۶۲	۳,۷۸۲	۰,۰۰۰
اقتصادی - فرهنگی	۰,۰۶۴	۵,۹۱۰	۰,۰۰۰
فرهنگی - اجتماعی	۰,۰۶۳	۵,۳۱۶	۰,۰۰۰
اقتصادی - کارآفرینی بومی روستایی	۰,۰۳۸	۱۶,۹۷۱	۰,۰۰۰
محیط زیستی - کارآفرینی بومی روستایی	۰,۰۸۰	۲,۷۳۸	۰,۰۴۷
اجتماعی - کارآفرینی بومی روستایی	۰,۰۲۲	۹,۰۷۱	۰,۰۰۰
فرهنگی - کارآفرینی بومی روستایی	۰,۰۳۵	۹,۹۵۴	۰,۰۰۰



شکل ۲. ارزیابی مدل ساختاری تأثیر شاخص‌های چهارگانه موثر بر کارآفرینی بومی روستایی

چنانکه در شکل (۲) مشاهده می‌کنید، تمام شاخص‌های پژوهش حاضر بار عاملی بیش از ۰/۴ داشته و از اعتبار و روایی بالایی برای سنجش متغیرها برخوردار هستند و همبستگی قابل قبولی بین شاخص‌ها وجود دارد. در ادامه برای بررسی میزان تأثیر مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته (کارآفرینی بومی روستایی) لازم است اثرات کل، مستقیم و غیرمستقیم برای متغیرهای مدل محاسبه و ارائه نمود.

جدول ۹. برآورد اثرات کل، مستقیم و غیرمستقیم مؤلفه‌های تحقیق بر موثر بر کارآفرینی بومی روستایی

اثرات کل	اثرات غیرمستقیم		اثرات مستقیم		ضریب تعیین	متغیر وابسته	میانجی	متغیر مستقل
	p	اثر	P	اثر				
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۲۱۹	۰/۰۰۰	۰/۸۶۵	۰/۹۵۷	کارآفرینی بومی روستایی	← فرهنگی	مزیت اقتصادی
	۰/۰۵۹	-	۰/۰۴۰	۰/۰۵۹			مزیت محیط زیستی	
	۰/۱۹۷	-	۰/۰۰۰	۰/۱۹۷			مزیت اجتماعی	
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۶۴	۰/۰۰۰	۰/۴۴۹			← اجتماعی	مزیت فرهنگی

بر اساس جدول فوق، بعد مزیت اقتصادی با در نظر گرفتن اثرات مستقیم و غیرمستقیم، با ضریب ۰/۸۵، تأثیر بیشتری نسبت به سایر ابعاد تأثیرگذار بر کارآفرینی بومی روستایی داشته است. این ارتباط بین سازه‌های اصلی پژوهش در سطح اطمینان ۹۵ درصد به لحاظ آماری نیز معنادار است و P کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد ($p > ۰/۰۵$)، یعنی هر واحد افزایش در شاخص‌های مزیت اقتصادی، با افزایش ۰/۸۵ واحدی متغیر وابسته همراه است و برعکس. شاخص‌های مزیت فرهنگی با ضریب تأثیرگذاری ۰/۴۴۹ نیز تأثیر نسبتاً زیادی در کارآفرینی بومی روستایی داشته است و شاخص مزیت اجتماعی با ضریب ۰/۱۹۷ در مرحله سوم قرار دارد.

مطابق با جدول ۱۰، مقدار R^2 برای متغیر موثر بر کارآفرینی بومی روستایی برابر ۰/۹۴۳ محاسبه شده است که با توجه به سه مقدار ملاک، تأثیر متغیر مستقل بر کارآفرینی بومی روستایی در سطح قوی می باشد. شاخص های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری نیز نتایج به دست آمده را تأیید می کند. مقدار Q^2 نشان از قدرت پیش بینی کنندگی خیلی مناسب مدل در خصوص سازه های درون زای پژوهش دارد و با توجه به مقدار به دست آمده برای GOF به میزان ۰/۸۶۱، برازش بسیار مناسب مدل کلی تأیید می شود و بیانگر این است که برازش داده ها به مدل برقرار است و همه شاخص ها دلالت بر مطلوبیت مدل معادله ساختاری دارند (جدول ۹).

جدول ۱۰. شاخص های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری

شاخص	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$	SRMR	NFI	Communality	R2	GOF
مقدار	۰/۷۲۴	۰/۰۹۱	۰/۹۳۵	۰/۷۴۲	۰/۹۴۳	۰/۸۶۱

۵. بحث و نتیجه گیری

تامتیک (۲۰۲۰) نیز فعالیت های کارآفرینی بومی را به عنوان یکی از مهم ترین سیاست های جدید دولتی برای بهره برداری فعال از سرزمین ها، روستاها، مردم و دانش های بومی آنها معرفی کردند (Tamtik, 2020). کارآفرینی بومی محرک مهمی برای رشد اقتصادی و ایجاد شغل است، که باعث ایجاد نوآوری و کمک به کارآیی اقتصادی از طریق رقابت می شود. با این تفاوت که نه تنها بر بعد اقتصادی، بلکه دارای اهداف اجتماعی، فرهنگی، معنوی و زیست محیطی نیز می باشد (Seaman and Bent, 2020). کارآفرینی بومی یکی از زمینه های نوظهور کارآفرینی است که در دهه های اخیر مورد توجه زیادی قرار گرفته و تحقیقات درباره کارآفرینی بومی در ادبیات شروع شده است. در هر دو دسته کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته، محققان طرفدار الگوی اقتصاد بومی و نظریه کسب و کارهای بومی، "کارآفرینی بومی" را به عنوان الگویی برای توسعه جوامع بومی ذکر کرده اند. یافته های این پژوهش با پژوهش تامتیک^۱ (۲۰۲۰) از بعد مزیت اقتصادی، مولین-رامیرز و باربا سانچز^۲ (۲۰۲۱) از دیدگاه مزیت فرهنگی همسو می باشد. سازمان همکاری توسعه اقتصادی^۳ (۲۰۲۱) که در بین سازمان های جهانی بیشترین مطالعات را در زمینه کارآفرینی بومی روستایی داشته است در گزارش خود، احترام گذاشتن و مقدس دانستن محیط زیست و منابع طبیعی توسط مشاغل بومی را مهم ترین مزیت آن ذکر کرده است. که با این پژوهش از دید مزیت محیط زیستی همسو می باشد. مطالعه حاضر با هدف بررسی تأثیر شاخص های موثر بر کارآفرینی بومی روستایی از دیدگاه دینفعان با رویکرد مدل سازی معادله ساختاری مطالعه موردی: شهرستان اصفهان انجام گرفت، شاخص های آن با تعریف چهار مؤلفه شاخص مزیت اقتصادی، مزیت اجتماعی، مزیت فرهنگی و مزیت محیط زیستی به عنوان مقیاس های برای متغیر مکنون کارآفرینی بومی روستایی در نظر گرفته شد. در ادامه برای آزمودن مدل مفهومی پژوهش و بررسی تأثیر ابعاد مزیت اقتصادی، مزیت فرهنگی، مزیت اجتماعی و مزیت محیط زیستی بر کارآفرینی بومی روستایی ضمن تأیید همبستگی مثبت و معنی داری این دو متغیر با آزمون همبستگی پیرسون، از فن مدل سازی معادلات ساختاری با رویکرد تکنیک حداقل مربعات جزئی (PLS) استفاده گردیده است. نتایج به دست آمده از نرم افزار Smart PLS نیز ضمن تأیید آزمون بیرونی مدل (مقدار روایی واگرا و همگرا، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی) نشان داد که ضرایب t بین سازه های اصلی پژوهش، بالای ۲/۵۸ بوده و رابطه معنادار و مستقیم بین دو متغیر برقرار است. در کل با توجه به مقدار R^2 برای متغیر کارآفرینی بومی روستایی مقدار (۰/۹۶۷)

1- Tamtik

2- Molina-Ramírez & Barba-Sánchez

3- Organization for Economic Cooperation and Development (OECD)

مشخص گردید. در نتیجه دستیابی به شاخص‌های مزیت اقتصادی، مزیت فرهنگی، مزیت اجتماعی و مزیت محیط زیستی، تأثیر زیادی بر کارآفرینی بومی روستایی در منطقه مورد مطالعه داشته است و بر افزایش سطح شاخص‌های کل تأثیر معنادار داشته است، بطوریکه ۹۴/۳ درصد تغییرات کارآفرینی بومی روستایی در منطقه مورد مطالعه به وسیله شاخص‌های چهارگانه پیش‌بینی شده است. مقدار به‌دست‌آمده برای شاخص GOF (به میزان ۰/۸۶۱)، نیز برآزش بسیار مناسب مدل ساختاری تحقیق را تأیید می‌کند.

۶. پیشنهادها

در راستای یافته‌های پژوهش می‌توان پیشنهادات زیر را ارائه داد. لازم به ذکر است که پیشنهادات و راهکارهای ارائه شده علاوه بر اینکه مرتبط با روستاهای منطقه مورد مطالعه می‌باشند، به صورت کلی قابل استفاده در اکثر نواحی روستایی ایران نیز می‌باشد.

با توجه نقش شبکه‌سازی در توسعه کارآفرینی بومی، پیشنهاد می‌شود که با ارتباط دادن کارآفرینان بومی روستایی با کارآفرینان موفق روستایی دیگر، یا سایر کارآفرینان زمینه توسعه کارآفرینی بومی روستایی را از این طریق افزایش داد و به توسعه مزیت‌های رقابتی آن کمک نمود.

طراحی یک برنامه کارآفرینی هوشمند از نیازهای توسعه کارآفرینی بومی روستایی و افزایش مزیت‌های رقابتی آن است که پیشنهاد می‌شود در روستاهای کشور ایجاد شود. بر اساس تعاریف، کارآفرینی هوشمند گونه‌ای از کارآفرینی است که با استفاده از قابلیت‌های جدید فن‌آوری، فن‌آوری هوشمند، دانش مدرن، نوآوری و مدیریت ماهیت تعاملات تولید را تغییر دهد و به توسعه اقتصادی تبدیل کند؛

بررسی تفاوت‌های مناطق مختلف از نظر مزیت‌های رقابتی این نوع کارآفرینی در مناطق مختلف کشور و از حتی بررسی تفاوت‌ها از نظر نوع کارآفرینان بومی روستایی نیز می‌تواند یک موضوع جدید برای مطالعات و پژوهش‌های آتی و در زمینه کارآفرینی بومی روستایی باشد.

منابع

- Abd Rahman, S. Mohd Said, H. and Rashid Ali, S. (2020). Exploring Development of Indigenous Entrepreneurship among the Semai community at Batang Padang District Perak, Malaysia, Tourism Conference, 3, 269- 280. International Development Centre
- Akanbi, B. (2021). Impact of Indigenous Entrepreneurial Activities and Livelihood Sustainability in South-Western Nigeria, Journal of Services & Management, 16(3), 3- 17.
- Altman, J. C. (2004). Economic development and Indigenous Australia: contestations over property, institutions and ideology. Australian Journal of Agricultural and Resource Economics, 48(3), 513-534.
- Amiruddin, M. H., Sumarwati, S., Suib, S. N., Ibrahim, A. C., & Jalil, S. A. A. (2020). Determining the factors influencing indigenous youth become a successful entrepreneurs. Gading Journal for Social Sciences, 23(01), 6-12.
- Anderson, R. B. (2007). Entrepreneurship and Aboriginal Canadians: A case study in economic development. Journal of Developmental Entrepreneurship, 7(1), 45.
- Anderson, R. B., & Giberson, R. J. (2003). Aboriginal entrepreneurship and economic development in Canada: Thoughts on current theory and practice. In Ethnic entrepreneurship: Structure and process. Emerald Group Publishing Limited.
- Cachon, J. C. (2012). Paleo aboriginal entrepreneurship: evidence from Turtle Island. In ICSB World Conference Proceedings (Vol. 2, No. 1, p. 1). International Council for Small Business (ICSB).

- Castellino, J. and Doyle, D. (2018). Who Are 'Indigenous Peoples'? In *The United Nations Declaration on the Rights of Indigenous Peoples: A Commentary*, edited by Jessie Hohmann and Marc Weller, 7–37. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Collins, J., Morrison, M., Basu, P. K., & Krivokapic-Skoko, B. (2017). Indigenous culture and entrepreneurship in small businesses in Australia. *Small Enterprise Research*, 24(1), 36-48.
- Cooney, T. M. (2021). *The Palgrave Handbook of Minority Entrepreneurship*. Springer Nature.
- Coria, J., & Calfucura, E. (2012). Ecotourism and the development of indigenous communities: The good, the bad, and the ugly. *Ecological Economics*, 73, 47-55.
- Croce, F. (2017). Contextualized indigenous entrepreneurial models: A systematic review of indigenous entrepreneurship literature. *Journal of Management & Organization*, 23(6), 886-906.
- Daffy, L. A. (2011). *Hearing the journeys: The factors that impact female Indigenous entrepreneurship in Victoria* (Doctoral dissertation, Masters Thesis).
- Dana L.P. (2015). Indigenous entrepreneurship: an emerging field of research. *International Journal of Business and Globalisation*, 14(2): 61–63.
- Dana, L. P. (2008). Community-based entrepreneurship in Norway. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 9(2), 77-92.
- Dana, L.P. (1988). International note: more small business is not the answer for Peru, *Journal of Small Business Management*, 26(3), 68- 70.
- Dana, L.P. (2007). Promoting SMEs in Africa: some insights from an experiment in Ghana and Togo, *Journal of African Business*, 8(2), 151- 174.
- Dana, L.P. and Anderson, R.B. (2006). A multidisciplinary theory of entrepreneurship as a function of cultural perceptions of opportunity', in Dana, L.P. and Anderson, R.B. (Eds.): *International Handbook of Indigenous Entrepreneurship*, pp.595–603, Edward Elgar, Cheltenham, UK.
- Doan, H. K. (2022). Bibliometric Analysis of Indigenous Entrepreneurship. *Ecoforum Journal*, 11 (1), 1- 20.
- Hansen, M., & Brown, A. (2016). *Wreck Bay Aboriginal Community Council Corporate Plan*. Wreck Bay Village, Jervis Bay, Australia: Wreck Bay Aboriginal Community Council.
- Hindle, K. (2010). How community context affects entrepreneurial process: A diagnostic framework. *Entrepreneurship & Regional Development*, 22(7–8), 599-647.
- Hindle, K., & Lansdowne, M. (2005). Brave spirits on new paths: toward a globally relevant paradigm of indigenous entrepreneurship research. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 18(2), 131-141.
- Hindle, K., & Moroz, P. (2010). Indigenous entrepreneurship as a research field: developing a definitional framework from the emerging canon. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(4), 357-385.
- Hunter, B. (2018). *Recent growth in Indigenous self-employed and entrepreneurs*. Canberra, ACT: Centre for Aboriginal Economic Policy Research (CAEPR), The Australian National University.
- James, A. E., Hartt, C. M., MacDonald, A., Marcoux, J., & Price, S. (2018, July). Does Entrepreneurship Meet the Aspirations of Canada's Aboriginal Peoples? In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 2018, No. 1, p. 15369). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.
- Lee-Ross, D., & Mitchell, B. (2007). Doing business in the Torres Straits: a study of the relationship between culture and the nature of indigenous entrepreneurs. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 12(02), 199-216.
- Lemo, T. (2013). *Development and Entrepreneurial Challenge. Policy and Execution*. This day Live Newspaper.
- Mika, J. P., Warren, L., Foley, D., & Palmer, F. R. (2017). Perspectives on indigenous entrepreneurship, innovation and enterprise. *Journal of Management & Organization*, 23(6), 767-773.
- Molina-Ramírez, E., & Barba-Sánchez, V. (2021). Embeddedness as a Differentiating Element of Indigenous Entrepreneurship: Insights from Mexico. *Sustainability*, 13(4), 2117.

- Monbiot, G. (2019), Averting Climate Breakdown by Restoring Ecosystems: A Call to Action, <https://www.naturallimate.solutions/the-science>.
- Morley, S. (2014). Success factors for indigenous entrepreneurs and communitybased enterprises. Canberra: Australian Institute of Family Studies.
- OECD (2021), Linking Indigenous Communities with Regional Development, OECD Rural Policy Reviews, OECD Publishing, Paris, <https://dx.doi.org/10.1787/32203c2082-en>.
- Olowo, S. F., Omotayo, A. O., Lawal, I. O., & Aremu, A. O. (2022). Improving Rural Livelihood through the Cultivation of Indigenous Fruits and Vegetables: Evidence from Ondo State, Nigeria. *Agriculture*, 12(3), 372- 381.
- Padilla-Meléndez, A., Plaza-Angulo, J. J., Del-Aguila-Obra, A. R., & Ciruela-Lorenzo, A. M. (2022). Indigenous Entrepreneurship. Current issues and future lines. *Entrepreneurship & Regional Development*, 34(1-2), 6-31.
- Paradies, Y. (2005). Anti-racism and indigenous Australians. *Analyses of Social Issues and Public Policy*, 5(1), 1-28.
- Peredo, A.M. & Chrisman-James, J. (2006). Toward a theory of community-based enterprise. *Academy of Management Review*, 31(2), 309-328.
- Peredo, A.M. & Dana, L.P. and Anderson, R.B. (2006). A multidisciplinary theory of entrepreneurship as a function of cultural perceptions of opportunity', in Dana, L.P. and Anderson, R.B. (Eds.): *International Handbook of Indigenous Entrepreneurship*, pp.595–603, Edward Elgar, Cheltenham, UK.
- Peredo, A.M. and Anderson, R.B. (2006). Indigenous entrepreneurship research: themes and variations', in Galbraith, C.S. and Stiles, C.H. (Ed.): *Developmental Entrepreneurship: Adversity, Risk, and Isolation (International Research in the Business Disciplines, Volume 5)*, pp.253–273, Emerald Group Publishing Limited.
- Seaman, C., & Bent, R. (2020). The role of vision in determining family, small business and minority ethnic business research. In *A Research Agenda for Family Business*. Edward Elgar Publishing. 3 (3), 1- 12.
- Smith, D. E., & Hunt, J. (2018). Building Indigenous community governance in Australia: preliminary research findings. Canberra, ACT: Centre for Aboriginal Economic Policy Research (CAEPR), The Australian National University.
- Tamtik, M. (2020). Informing Canadian Innovation Policy Through a Decolonizing Lens on Indigenous Entrepreneurship and Innovation. *Canadian Journal of Higher Education*, 9 (1) 63-78.
- Tipu, S. A. A., & Sarker, A. E. (2020). Developing an integrative dynamic framework of indigenous entrepreneurship: The case of United Arab Emirates. *International Journal of Public Administration*, 43(5): 441-451.
- Tretiakov, A., Felzensztein, C., Zwerg, A. M., Mika, J. P., & Macpherson, W. G. (2020). Family, community, and globalization: Wayuu indigenous entrepreneurs as n-Culturals. *Cross Cultural & Strategic Management*. 27, 189-211.
- Yap, C. S. Keling, W., & Ho, P. L. (2022). Determinants of entrepreneurial performance of rural indigenous women entrepreneurs in Sarawak, Malaysia. *Gender in Management: An International Journal*, 53(2), 1- 16.