

Development of Rural Entrepreneurship by Using the Capacities of the Social Insurance Fund of Farmers, Villagers and Nomads of Iran Based on Social Businesses

Hossein akrami Arani ^{✉1} | Reza Zaefarian ²  | Hamid Padash ³ 

1. Masters student of Entrepreneurship, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran.
Email: hosseinakrami@ut.ac.ir
2. Associate Professor, Development Entrepreneurship Department, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran. Email: rzaefarian@ut.ac.ir
3. Associate prof., Department of Corporate Entrepreneurship, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran.
Email: padash@ut.ac.ir

Article Info	ABSTRACT
<p>Article type:</p> <p>Article history:</p> <p>Received 4 March 2023 Received in revised form 23 May 2023 Accepted 25 July 2023 Published online 22 September 2023</p> <p>Keywords: Social insurance fund for farmers, villagers and nomads, social entrepreneurship, rural entrepreneurship, social business model</p>	<p>Objective: The objective of this study is to investigate the role of insurance funds in promoting rural entrepreneurship and developing businesses in rural areas. The study draws inspiration from the theory of new institutionalism and emphasizes the importance of accepting institutional beliefs, developing institutions, and creating supportive infrastructures for rural entrepreneurship.</p> <p>Methodology: This study adopts an action research approach to examine the structure and business model of insurance funds in rural areas. The research is guided by social business models and the theory of institutionalism. The primary focus is to explore the potential for expanding the role of insurance funds beyond traditional coverage and to align them with the institutional beliefs and needs of rural communities. The opinions of 20 experts are collected and analyzed to gain insights into the topic.</p> <p>Findings: The research findings indicate that insurance funds, in addition to providing insurance coverage, can effectively address various challenges faced by rural communities. These challenges include limited access to financial resources, education, business consulting, market opportunities, and technology. By expanding their services and incorporating additional support functions, insurance funds have the potential to contribute significantly to the development, sustainability, and prosperity of rural businesses.</p> <p>The study identifies several key aspects that need to be considered for the transformation of insurance funds. These include requirements for change, existing capacities, barriers to change, social challenges, and responsive services. The research also highlights the importance of defining and promoting certain values, as well as developing the necessary competencies among employees to effectively implement the proposed changes.</p> <p>Conclusion: Based on the findings, it can be concluded that restructuring insurance funds in rural areas is essential for fostering rural entrepreneurship and promoting business development. By aligning with institutional beliefs, addressing the diverse needs of rural communities, and expanding their services beyond insurance coverage, insurance funds can become instrumental in supporting rural businesses. The proposed changes, including the identified requirements, capacities, responsive services, values, and competencies, can serve as a roadmap for enhancing the effectiveness and impact of insurance funds in rural areas.</p>

Cite this article: Akrami Arani, H., Zaefarian, R., & Padash, H. (2023). Development of Rural Entrepreneurship by Using the Capacities of the Social Insurance Fund of Farmers, Villagers and Nomads of Iran Based on Social Businesses. *Journal of Entrepreneurship and Innovation Research*. 2(2), 21-35.



© The Author(s).

Publisher: Scientific Association of Entrepreneurship & Innovation in IRAN.

توسعه کارآفرینی روستایی مبتنی بر کسب و کارهای اجتماعی با بهره‌گیری از ظرفیت‌های صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستاییان و عشایر کشور

حسین اکرمی آرانی^۱ | رضا زعفریان^۲ | حمید پاداش^۳

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد کارآفرینی دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: hosseinakrami@ut.ac.ir

۲. دانشیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: rzaefarian@ut.ac.ir

۳. دانشیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: padash@ut.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

هدف: توسعه کسب و کارها و کارآفرینی روستایی یکی از راهکارهای پذیرفته شده توسعه روستایی است. با الهام از تئوری نهادگرایی جدید، کارآفرینی روستایی نیازمند پذیرش باورهای نهادی، توسعه نهادها و زیرساخت‌ها است. یکی از باورهای نهادی، امنیت خاطر و آرامش روستاییان و راهاندازی کسب و کار است که به‌طور معمول در دنیا با پوشش‌های بیمه اجتماعی به‌دست می‌آید. میزان نفوذ بیمه اجتماعی در جامعه را می‌توان بیانگر میزان توسعه و پایداری کسب و کارها دانست. در ایران، بیمه روستاییان و عشایر، این وظیفه مهم را در روستاها برعهده دارد.

روش: از اینرو در قالب یک پژوهش اقدام‌پژوهی، با رویکرد بازنگری ساختار و مدل کسب و کار این صندوق‌ها بر مبنای مدل‌های کسب و کار اجتماعی و مبتنی بر تئوری نهادگرایی با پذیرش قابلیت‌ها و نقش آفرینی جدید در محیط روستا باهدف توسعه کسب و کارها در راستای توسعه روستایی، به جمع‌آوری، تجزیه و تحلیل نظرات ۲۰ نفر از صاحب‌نظران پرداخته‌ایم.

یافته: یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد صندوق می‌تواند علاوه بر بیمه اجتماعی، در حل چالش‌های دسترسی بهتر روستاییان به منابع مالی، آموزشی، مشاوره‌های کسب و کار، شناخت نیازهای بازار، آشنایی با تکنولوژی‌های نوین نقش موثری ایفا نماید. بر این اساس الزامات، ظرفیت‌ها و موانع موجود برای تغییر، چالش‌های اجتماعی و خدمات قابل پاسخگویی، ارزش‌های پیشنهادی تبیین و شایستگی و مهارت‌های کارمندان برای پذیرش نقش‌ها و ارائه خدمات جدید مشخص شده است.

تاریخ دریافت: ۱۳/۱۲/۱۴۰۱

تاریخ بازنگری: ۲/۳/۱۴۰۲

تاریخ پذیرش: ۳/۵/۱۴۰۲

تاریخ انتشار: ۳۱/۶/۱۴۰۲

کلیدواژه‌ها:

صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستاییان و عشایر، کارآفرینی اجتماعی، کارآفرینی روستایی، مدل کسب و کار اجتماعی.

استناد: اکرمی آرانی، ح.، زعفریان، ر.، و پاداش، ح. (۱۴۰۲). توسعه کارآفرینی روستایی مبتنی بر کسب و کارهای اجتماعی با بهره‌گیری از ظرفیت‌های صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستاییان و عشایر کشور. پژوهش‌های کارآفرینی و نوآوری. (۲۳)، ۲۱-۳۵

ناشر: انجمن علمی کارآفرینی و نوآوری ایران.

© نویسندگان.



۱. مقدمه

توسعه روستایی و کارآفرینی روستایی یکی از دغدغه‌های اصلی در اغلب کشورها، به ویژه کشورهای در حال توسعه می‌باشد. اهمیت نقش و جایگاه روستاها به حدی است که چالش‌های توسعه نیافتگی این مناطق نظیر نابرابری‌ها، فقر، بیکاری، تخلیه روستاها، مهاجرت، حاشیه نشینی، آسیب‌های اجتماعی و ... به مسئله‌ای اولویت دار در برنامه‌های توسعه اجتماعی، اقتصادی و سیاسی تبدیل شده است و پژوهشگران و برنامه‌ریزان می‌کوشند تا مدل‌های متفاوتی برای حل آن‌ها ارائه نمایند. نگاه به توسعه روستایی در ابتدا متمرکز بر کالبد فیزیکی روستاها بوده که به تدریج نگاهی همه جانبه و حول محور توانمندسازی و توسعه کسب‌وکار پایدار روستایی حاکم شده است. در ایران نیز، سیاست‌گذاران و مجریان در تلاشند تا با بکارگیری راهبردها و راهکارهایی به حل چالش توسعه روستایی برای جمعیتی که قریب به ۲۳ میلیون نفر هستند، بپردازد و کارآفرینی روستایی را به عنوان یکی از راهبردهای مؤثر در توسعه روستایی و حل مشکلات اقتصادی مطرح می‌کنند؛ اما کارآفرینی روستایی، با چالش‌هایی نظیر تولیدات سنتی، مشکلات دسترسی به بازارهای هدف، تغییر ذائقه و سلیقه مشتریان، رشد تکنولوژی و شیوه خرید مردم، آشنایی اندک روستاییان با خدمات و تسهیلات دولتی و مسائلی نظیر تدوین طرح کسب‌وکار، نداشتن آگاهی با مقولات بازاریابی و فناوری‌های نوین، مهارت‌های نرم، کمبود منابع مالی، نداشتن وثیقه و... روبرو است که بسیاری از آن‌ها نیازمند آموزش، مشاوره و فرهنگ سازی در زمینه کسب‌وکار و کارآفرینی است.

با وجود تنوع نظریات نهادی، همگی نظریه پردازان بر نقش باورهای نهادی و نهادها در کارآفرینی تأکید می‌کنند. تغییرات نهادی از دید نورث، عامل اصلی تحولات کارآفرینانه است. نهادها، قواعد بازی هستند که فرصت‌هایی را برای افراد و سازمان‌های کارآفرین ایجاد می‌کنند (پاداش و نیکونسبتی، ۱۳۸۷).

در طول سال‌های متعددی اکوسیستم کارآفرینی روستایی با کمک نهادها و با حضور سازمان‌های مختلف شکل گرفته است و دستگاه‌های اجرایی، وظیفه حمایت و سرمایه‌گذاری در روستاها را برعهده گرفته‌اند و تلاش می‌کنند تا از مسیر ارائه خدمات و تسهیل کسب‌وکار روستایی به توسعه روستایی دست یابند. اما ویژگی‌های اجتماعی، فرهنگی و جغرافیایی روستاها، محدودیت‌هایی را برای اجرای برنامه‌ها و اقدامات ایجاد می‌کنند. عدم یکپارچگی و تعریف نشدن دقیق نقش‌ها با توجه به نیاز روز این مناطق، باعث شده است تا شاهد برخی موازی‌کاری‌ها و دوباره‌کاری‌ها و حتی مغفول ماندن برخی وظایف باشیم که در بعد کلان سبب هدر رفت منابع عمومی کشور می‌شود. از سوی دیگر مردم این مناطق به راحتی به افراد، گروه‌ها و سازمان‌هایی که وارد منطقه زندگی آن‌ها می‌شوند، اعتماد نمی‌کنند و این موضوع، هزینه‌های هرگونه اقدام را بالاتر می‌برد. بنابراین بهینه است تا با تغییرات نهادی و تکمیل نقش برخی از سازمان‌های فعال و پذیرفته شده، چالش‌ها را پاسخ داده و زمینه توسعه کارآفرینی روستایی فراهم کنیم.

بخش مهمی از راهکارهایی که دولت برای توسعه کارآفرینی روستایی بکارگرفته، استفاده از دو بازیگر مؤثر زیرمجموعه وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی بوده است. صندوق کارآفرینی امید که در کنار سایر بانک‌ها وظیفه ارائه تسهیلات روستایی را برعهده دارد و صندوق بیمه اجتماعی که تأمین آتیه کشاورزان، روستاییان و عشایر به‌عنوان وظیفه اصلی آن شناخته می‌شود. صندوق کارآفرینی امید با همکاری سایر بانک‌های تسهیلات دهنده، تلاش کرده‌اند تا منابع ارزان قیمت را در اختیار کسب‌وکارهای روستایی قرار دهند. اما یکی از شاخص‌هایی که بیانگر میزان موفقیت و پایداری طرح‌های اشتغال روستایی است، شاخص بیمه اجتماعی در این مناطق است که وظیفه اجرایی آن برعهده صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستاییان و عشایر می‌باشد.

دولت با تصویب قانون ساختار نظام جامع رفاه و تأمین اجتماعی متعهد شد، صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستاییان و عشایر را تأسیس و ظرف مدت دو سال، امکان تحت پوشش بیمه قرار گرفتن اقشار مختلف جامعه از جمله روستاییان، عشایر و شاغلین فصلی را فراهم نماید.

تحقق اصل ۲۹ قانونی اساسی، مبارزه با فقر، ارتقاء اقتصاد روستایی، ترفیع فرهنگ اقتصادی در روستای حفظ شأن و کرامت انسانی، تحقق و حفظ امنیت غذایی، ارتقاء عدالت اجتماعی از جمله اهداف توسعه‌ای این صندوق قرار گرفت. صندوق مکلف شد از طریق اجرای مأموریت بیمه اجتماعی در جغرافیای روستایی و عشایری و سرمایه‌گذاری منابع، اهداف مذکور را محقق نماید.

جامعه هدف این صندوق عبارتند از روستائیان، عشایر، کشاورزان غیر ساکن در روستا، شاغلان فصلی، ساکنین شهرهای زیر بیست هزار نفر، رانندگان حمل بار و مسافر برون شهری، کارکنان مراکز و شرکت‌های وابسته به سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی و نظام دامپزشکی که با داشتن تابعیت ایران، سن بین ۱۸ تا ۵۰ سال و مراجعه به کارگزاری‌های سطح کشور و انتخاب سطح درآمدی از مزایای این بیمه بهره‌مند می‌شوند.

این افراد طبق آخرین برآورد صورت گرفته توسط اداره کل آمار و محاسبات بیمه‌های صندوق مذکور، حداقل برابر با ۹،۴۳۲،۹۰۲ نفر می‌باشند. به استناد سالنامه ۱۴۰۰ صندوق، تعدادی اعضای صندوق ۲،۳۵۳،۱۸۸ نفر بوده که از این تعداد ۱،۵۳۹،۷۰۵ نفر بیمه شدگان فعال و ۱۵۳،۱۳۰ نفر مستمری بگیر و مابقی بیمه شدگان غیرفعال می‌باشند. طبق بند "س" ماده (۱۹۴) قانون برنامه پنجم توسعه کشور دولت مکلف بوده است تا به "تعمیم و گسترش بیمه روستایی و پوشش صدور صد (۱۰۰٪) آن از طریق تقویت صندوق بیمه اجتماعی روستائیان و عشایر" بپردازد. امروز با گذشت بیش از ۱۷ سال از تأسیس صندوق و ۱۱ سال از تصویب برنامه پنجم توسعه کشور، شاهد آن هستیم که ضریب پوشش بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر به ۱۷،۹ درصد رسیده است که فاصله چشمگیری با سیاست گذاری و اهداف تعیین شده دارد و بیانگر این است که صندوق نتوانسته است عملکرد قابل قبولی داشته باشد. پژوهش‌هایی که به شناسایی عوامل اثرگذار بر عدم توسعه پرداخته‌اند نشان می‌دهند که مهمترین عامل عدم موفقیت این صندوق در تحقق اهداف، عوامل اقتصادی و وضعیت درآمدی در این مناطق می‌باشد و سایر عوامل نیز بصورت مستقیم و غیرمستقیم به این عامل مهم مرتبط می‌شوند (قادرمزی و همکاران، ۱۳۹۹)، (عزیزپور و همکاران، ۱۳۹۸)، (ورمزیاری و مرادی، ۱۳۹۶)، (رضوانی و عزیززی، ۱۳۹۱). در واقع میتوان نتیجه گرفت برونداد طرح‌های اشتغال روستایی به پایداری کسب و کارهای روستایی منجر نشده است.

به باور صاحب‌نظران و کارشناسان، یکی از دلایلی که صندوق نتوانسته است در عملکرد خود موفق باشد، آن است که دولت نتوانسته در شکل‌گیری و توسعه کسب و کارهای روستایی و نیز در نوسازی کسب و کارهای روستایی عملکرد موفقی داشته باشد. از آنجائیکه بیمه در انتهای زنجیره اشتغال و درآمد قرار دارد، به عنوان پیش نیاز توسعه بیمه اجتماعی در مناطق روستایی، ایجاد و توسعه کسب و کار باید مورد توجه قرار گیرد و در واقع موفقیت صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر در گرو توسعه اشتغال و کسب و کار روستایی است و اگر این صندوق می‌خواهد به اهداف تعیین شده دست یابد می‌بایست در تعامل با نهادها و سایر دستگاه‌های اجرایی، بخشی از فرآیندهای اکوسیستم اشتغال روستایی را برعهده بگیرد و از ظرفیت‌ها و امکانات بالقوه موجود خود برای توسعه کسب و کارهای روستایی استفاده نماید که برای این منظور، ناگزیر به بازنگری ساختار فعلی صندوق خواهیم بود.

صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر در حال حاضر حدود ۳۶۰ نفر پرسنل در سطح ستاد و استان دارد و خدمات بیمه‌ای را از طریق شبکه مویرگی کارگزاری‌ها انجام می‌دهد. تعداد کارگزاران فعال این صندوق که در قالب بخش خصوصی در حال همکاری هستند، برابر با ۱۷۷۸ مرکز می‌باشد. کارگزاری‌ها که از جنس خود مردم روستا و مستقر در این مناطق هستند، خدمات بیمه‌ای را با دریافت حق بیمه‌ای که مستقیماً به حساب صندوق واریز می‌شود، انجام می‌دهند و صندوق به طور متمرکز ۵ درصد حق بیمه‌های دریافتی را به حساب آن‌ها واریز می‌نماید. بنابراین کارگزارانی که فقط در صندوق فعالیت دارند، تنها منبع درآمدی شان کارمزد حق بیمه است. بالغ بر ۷۷،۷ درصد از مسئولان کارگزاری‌ها تحصیلات کارشناسی و بالاتر دارند. اختیاری بودن بسته خدمات بیمه این صندوق، باعث شده تا کارگزاران با مقولاتی نظیر فروش، تبلیغات و بازاریابی آشنایی کافی داشته باشند. با این وجود کارگزاری‌های صندوق در روستاها نتوانسته‌اند درآمد لازم برای خود کسب کنند و کمبود درآمد آنها سبب بی‌انگیزه شدن آنها از حضور و ادامه فعالیت در صندوق حکایت می‌کند که به نوعی منجر به ورشکست شدن کارگزاری‌ها و جمع‌آوری آن می‌گردد.

از اینرو، از دو جهت بنیادین، نیازمند بازنگری اساسی در ساختار کارگزاری‌های صندوق هستیم. نخست از آن جهت که بتوانیم برای آنها درآمد جدید ایجاد کنیم و پایداری آن را تقویت کنیم. دوم از آن جهت که کارگزاری‌ها بتوانند نقش موثرتری در توسعه کسب و کار روستایی و به تبع آن توسعه روستایی، ایفا کنند. رویکرد اول، مبتنی بر نیازهای درون سازمانی با درون‌مایه اقتصادی و

رویکرد دوم مبتنی بر نیازهای محیطی با نگاهی مبتنی بر رویکرد مسئولیت اجتماعی است. در هم طنین این دو رویکرد و تعامل آنها و بازطراحی صندوق بر اساس این دو دلیل مکمل، می‌تواند هم افزایی مثبت ایجاد کند. زمانی که یک مسئله اجتماعی با رویکرد اقتصادی بررسی و برای حل آن راهکار طراحی می‌شود، از دیدگاه کسب‌وکار اجتماعی می‌توان استفاده نمود (یونس، ۲۰۰۶). بنابراین؛ طراحی مدل کسب‌وکار کارگزاران صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستاییان و عشایر در قالب رویکردهای کسب‌وکار اجتماعی و تعریف وظایف و نقش‌هایی جدید برای آنها به نحوی که نیاز روستاییان به خدماتی نظیر آموزش، توانمندسازی، مشاوره در راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکار را پوشش دهد، ضمن ایجاد جریان‌های جدید درآمدی برای کارگزاران صندوق، می‌تواند با پاسخگویی به برخی چالش‌های کارآفرینی روستایی، به هموار نمودن مسیر توسعه روستایی کمک نماید. در این نگاه همخوانی راهکارهای اجتماعی با باورهای نهادی و نهادهای روستایی، یک ضرورت می‌باشد.

۲. پیشینه پژوهش و ادبیات موضوعی

کارآفرینی روستایی راهبردی اثربخش برای توسعه اقتصادی - اجتماعی کشورها است و نقش مؤثری در اشتغال‌زایی پایدار، توسعه عدالت، کاهش فقر و حل مشکلات جامعه روستایی دارد. کارآفرینی می‌تواند با خلق فرصت‌های اشتغال و درآمد، نقش مؤثری در بهبود وضع اقتصادی و معیشتی روستاها داشته باشد. به همین دلیل سنجش میزان کارآفرینی روستاییان و تلاش برای توسعه و تقویت کارآفرینی در فرآیند توسعه روستایی از طریق فراهم کردن زمینه‌های اولیه آن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (کریمی، ۱۳۹۳). ایجاد کسب‌وکار با بهره‌گیری از فرصت‌های محلی همراه با نوآوری، تلاش، پشتکار و پذیرش مخاطرات مالی، روحی و اجتماعی که با انگیزه‌های متفاوتی نظیر توفیق‌طلبی، رضایت‌بخشی، استقلال و کسب سود مالی انجام می‌شود را کارآفرینی روستایی می‌نامند (خاتون‌آبادی و انداده، ۱۳۹۰). اما کارآفرینی روستایی با چالش‌هایی روبروست که پژوهش‌های متعددی سعی کرده‌اند این چالش‌ها را احصا نمایند. جدول ۱ براساس خلاصه نظرات پژوهشگران (فراهانی و الوندی، ۱۳۹۹)، (رستمعلی زاده و حسینی، ۱۳۹۹)، (تمری و همکاران، ۱۳۹۸)، (حسینی و همکاران، ۱۳۹۸)، (احسانی فر و همکاران، ۱۳۹۷)، (شاهمردادی و همکاران، ۱۳۹۷) تنظیم شده است.

جدول ۱. چالش‌های اصلی و فرعی کارآفرینی روستایی

چالش‌های اصلی	چالش‌های فرعی
اجتماعی و فرهنگی	عدم دسترسی به الگوهای موفق کارآفرینی، نبود امنیت در محیط روستا، کاهش نرخ رشد جمعیت، عدم تشویق و ترغیب از سوی خانواده، فقدان حمایت‌های لازم از سوی دولت، عدم وجود روحیه کارآفرینی، آگاهی پایین روستاییان و وجود نگرش منفی نسبت به اشتغال زنان
اقتصادی	نداشتن بازار فروش مناسب و وجود دلال‌ها و واسطه‌ها، عدم تخصیص بودجه کافی به توسعه کارآفرینی روستایی، عدم حمایت از روستاییان در مقابل نوسان قیمت محصولات کشاورزی و عوامل تولیدی، دسترسی نداشتن به وام و تسهیلات مناسب، نبود تنوع در تولیدات و محصولات، عدم دسترسی به اطلاعات و آمار، تولید سنتی و غیراستاندارد، بهره‌وری پایین، نداشتن صرفه به مقیاس، دسترسی نداشتن به عوامل تولید و نهادهای، عدم مالکیت زمین و دام، عدم دسترسی به فناوری و نداشتن ماشین‌آلات مدرن
زیرساختی	عدم برخورداری از امکانات مناسب ارتباطی و جاده و فاصله از شهر، نبود وسیله نقلیه مناسب، عدم برخورداری از خدمات زیربنایی، وجود روستاهای پراکنده
فنی (مهارت‌های کسب‌وکاری)	فقدان دانش و آگاهی در زمینه شناسایی فرصت‌ها و نیازهای روز مشتریان، نبود دانش فنی تحلیل بازار، بکارگیری فناوری‌های نوین و چگونگی راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکار، نداشتن تبحر در زمینه مهارت‌های ارتباطی و اجتماعی، نداشتن دانش لازم برای تدوین طرح کسب‌وکار
محیطی	موقعیت جغرافیایی و مخاطرات طبیعی مناطق روستایی، خشکسالی و پوشش گیاهی نامناسب و خاک نامرغوب
نهادی	فقدان بخش غیردولتی نیرومند در مناطق روستایی و عدم دسترسی به مراکز آموزشی و مشاوره کسب‌وکار، عدم حمایت از صنایع دستی مناطق روستایی، وجود قوانین مالیاتی ناعادلانه، وجود بروکراسی‌های دست و پاگیر و هزینه‌های بالای کسب‌وکار روستایی، نبود صندوق‌های اعتباری قرض‌الحسنه در مناطق روستایی، نبود مدیریت یکپارچه مناطق روستایی، نبود هماهنگی

چالش های اصلی	چالش های فرعی
	بین نهادهای فعال در روستا، عدم دسترسی آسان به نهادهای فعال در حوزه کسب و کار روستایی، نبود نهادهای نظارتی، عدم انسجام نهادهای اجتماعی و تشکل های مردمی، عدم پوشش بیمه ای مناسب
فردی	نداشتن ویژگی ها، روحیه و شایستگی های کارآفرینی

بخش قابل توجهی از چالش های کارآفرینی روستایی به موضوع نهادها و باورهای نهادی بازمی گردد. به گفته فائز و همکاران بهترین چهارچوب نظری که قدرت تبیین و تحلیل مسائل مربوط به توسعه پایدار روستایی و ارائه تبیین های واقع گرایانه تری را داشته باشد، چهارچوب نظری اقتصاد نهادی می باشد. (فائز و همکاران، ۱۴۰۰). نظریه نهادی سازگارترین و مناسب ترین چهارچوب مفهومی برای بررسی تأثیر عوامل محیطی بر کارآفرینی است. در این نظریه نهادها عبارتند از هر محدودیتی که انسان ها برای برقراری تعاملات انسانی ابداع می کنند. نهادها مشتمل بر قواعد رسمی (مکتوب نظیر قانون اساسی، قانون تجارت، کار و ...) و غیررسمی (سنت ها، رسوم، باورها، ارزشها، هنجارها، عرف و سنتی که بر کنش کارآفرینان اثرگذار است) می باشند. در بعضی از این تقسیم بندی ها، خصوصاً نهادگرایی جدید، شخص کارآفرین عامل هرگونه تحول اجتماعی شناخته می شود (مقیمی و همکاران و ۱۳۹۲). با وجود تنوع نظریات نهادگرایی، همگی بر نقش نهادها در کارآفرینی تأکید می کنند. از دید نورث، تغییرات نهادی عامل اصلی تحولات کارآفرینانه است. نهادها قواعد بازی هستند که فرصت هایی را برای افراد و سازمان های کارآفرین ایجاد می کنند (پاداش و نیکون سبتی، ۱۳۸۷). نورث، هر گونه شکل گیری تغییر و تحول در اجتماع را به سه دلیل تغییر در دانش، جمعیت و ساختار نظام نهادی جامعه (باورها و ارزشها) و یا ایدئولوژی ها مربوط می داند. بدیهی است که تشکیل کسب و کار جدید به شدت مشروط به چهارچوب نهادی است (مقیمی و همکاران، ۱۳۹۲). برخی از باورهای موجود در مناطق روستایی که ناشی از موقعیت های جغرافیایی این مناطق است، نشان می دهند معیشت جوامع محلی بیشتر بر روزمرگی تکیه دارد. روستاییان توجه کمتری به برنامه ریزی های بلند مدت دارند و ترجیح می دهند با حداقل دارایی ها، کسب و کار و زندگی را سپری کنند که این موضوع مطابق تئوری اثرگذاری سراسواتی است. کارآفرینان تلاش می کنند تا با در دسترس ترین ابزارها در یک طیف مشخص و کنار هم قرار دادن تعهدات شرکا و سهامداران، بدون برنامه ریزی بلندمدت و مفصل، در مقیاسی که پذیرش زیان آن برای کسب و کار قابل قبول باشد، با تمرکز بر خلق اثر و خروجی های ممکن، آغاز به کار کنند. در مجموع اثرگذاری را می توان یک چهارچوب تفکر، ارزیابی و استفاده از تمام منابع، دارایی ها و ابزارهای موجود و ممکن در یک طیف مشخص دانست. شناسایی و انجام بهترین کارهای قابل انجام، ایجاد خدمات و محصولات قابل فروش، حداقل سازی ریسک، کنترل و ساختن آینده بر مبنای توانایی ها و متعادل سازی به طور مداوم با منابع و دستاوردها و پیامدهای جدید تعاریف دیگری از اثرگذاری است (Sarasvathy, ۲۰۰۳). خانم سارا سواتی مطرح کرد که اگر بتوانیم فرآیند تصمیم گیری، تفکر و رفتار کارآفرین را بررسی کنیم این سؤال مطرح است که کارآفرینان در مواجهه با عدم اطمینان، آینده را پیش بینی می کنند یا می سازند و یا بر آن اثر می گذارند؟ که بر این اساس دو رویکرد علی و اثرگذاری مطرح شد. او بیان داشته است که تفکر اثرگذار به عنوان مجموعه ای از ابتکارات برای اخذ تصمیم در شرایط ابهام و محیط نااطمینان، شامل راهبردهایی برای بهره مندی از تمامی ابزارهای موجود و در دسترس در یک طیف مشخص با اقتضائات پیش بینی نشده برای ایجاد تعهد در سهامداران است. (Sarasvathy, ۲۰۰۱). باتوجه به بالا بودن عدم قطعیت در روستاها، مطابق نظر فرانک نایت این نوع شرایط در نوع سوم عدم اطمینان قطعاً نامعلوم دسته بندی می شوند که به هیچ وجه قابل پیش بینی نیست. نوع رویارویی کارآفرین با عدم قطعیت نوع سوم است (Knight, ۱۹۲۱). بسیاری از مسائل و چالش های جامعه روستایی ذاتاً دارای ماهیتی اجتماعی بوده و با عدم قطعیت روبرو هستند. لذا می توان از تئوری اثرگذاری و انتخاب راهکارهای اجتماعی نوآورانه بهره جست (شریفی و پیش بین، ۱۳۹۴). امروزه نوع جدیدی از کارآفرینی با عنوان کارآفرینی اجتماعی شکل گرفته است. در این نوع کارآفرینی نگاه اجتماعی به کارآفرینان به عنوان موتور توسعه، نقش اساسی دارد. این نوع نگاه در جوامع روستایی می تواند زمینه توانمندسازی اجتماعی، افزایش میزان مشارکت پذیری، سواد، مخاطره پذیری، گرایش به نوآوری در کنار اعتقادات به سنتها و تجربیات، امنیت و غیره را گسترش دهد. کارآفرینان اجتماعی می توانند گروه های اجتماعی را در قالب سازمان های مردم نهاد، تعاونی های روستایی و تشکل های محلی ایجاد کنند. تشویق گروه های اجتماعی به انجام فعالیت های تجاری، زمینه کارآفرینی و بهبود اقتصاد روستایی را در جامعه فراهم می سازد

کرد و همکاران، ۱۳۹۵). از این منظر، کارآفرینی اجتماعی می‌تواند به حل مسائل جامعه روستایی، به ویژه فقر و نابرابری کمک نماید. کارآفرینی اجتماعی در مناطق روستایی مبین پیگیری مسائل اجتماعی از طریق طرح راهکارهای نوآورانه برای بسیج ایده‌ها، ظرفیت‌ها، منابع و نهادهای اجتماعی موردنیاز برای گذر اجتماعی متوازن است. کارآفرینان اجتماعی می‌توانند به توسعه یک زیست بوم کارآفرینانه و الگوی توسعه کسب و کار پایدار در مناطق روستایی مبتنی بر بهره برداری از فرصت‌های خاص این مناطق در راستای نیازهای واقعی جوامع روستایی یاری رسانند. (شریفی و پیش بین، ۱۳۹۴). محرک اصلی در این نوع کارآفرینی، رسیدگی به یک مسئله یا چالش اجتماعی و یافتن راهکارهای رفع آن است (نورپور و همکاران، ۱۳۹۹). تحقق کارآفرینی اجتماعی مستلزم توجه به زمینه‌های علمی و عملی کارآفرینی و پرورش کارآفرینی اجتماعی در نواحی روستایی از طریق حمایت‌های همه بخش‌های اجتماعی می‌باشد (تکه ئی و همکاران، ۱۴۰۰). کارآفرینی اجتماعی با ساماندهی مجدد سرمایه‌ها و دارایی‌های انسانی و اقتصادی به نیازهای اجتماعی جوامع پاسخ می‌دهد. این مهم به منزله پذیرش مسئولیت اجتماعی ناشی از توسعه سریع جوامع است. کارآفرینی اجتماعی با ساماندهی منابع موجود برای رفع مسائل محلی، ابزار این توسعه را فراهم می‌کند. در این مسیر، از طریق آموزش‌های کارآفرینانه، تقویت شاخص‌های سلامت، امنیت، ایجاد کسب و کار و توانمندسازی جوانان به توسعه منابع انسانی می‌پردازد. (فیروزآبادی و دباغی، ۱۳۹۴). کارآفرینی اجتماعی مفهوم بسیار گسترده‌ای است. ایجاد یک کسب و کار اجتماعی نیز کارآفرینی اجتماعی است و زیرمجموعه آن محسوب می‌گردد (یونس، ۲۰۰۶). نخستین بار دکتر محمد یونس برنده جایزه نوبل سال ۲۰۰۶ واژه کسب و کار اجتماعی را مطرح کرد. طبق تعریف وی، این نوع کسب و کار، غیرزیانده با تأکید بر اهداف اجتماعی می‌باشند. کسب و کار اجتماعی نوع جدیدی از تجارت است که برای تکمیل ساختار سرمایه داری و بر پایه طبیعت چندبعدی بشر شکل گرفته است. کارآفرینان اجتماعی، کسب و کار خود را برای دستیابی به اهداف اجتماعی راه‌اندازی می‌کنند. هرچند این شرکت‌ها بر اساس حداکثرسازی سود بنا شده‌اند اما اهداف متفاوتی دارند. این شرکت‌ها همانند سایر شرکت‌ها، ساختار منابع انسانی و عملیات دارند اما قیمت گذاری آن‌ها متناسب با اهدافشان است. نحوه اداره این شرکت‌ها، چندین شکل دارد. برخی از آن‌ها متعلق به فرد یا افراد است که بصورت مالکیت و یا شراکت فعالیت می‌کنند و یا اینکه متعلق به دولت، نهاد و یا سازمان و مؤسسه‌ای خیریه است. کسب و کارهای اجتماعی باید سودآور باشند و این موضوع نقش اساسی در پایداری آن‌ها دارد. معمولاً سود آن‌ها در جهت اهداف اجتماعی و در قالب خدمات بیشتر، بهره‌ورتر و ارزانتر هزینه می‌گردد (یونس، ۲۰۰۶). بنابراین کسب و کار اجتماعی یک خیریه نیست. در واقع یک کسب و کار تجاری تمام عیار است. طرز فکر مدیریتی و کارکنان این کسب و کار می‌بایست بر این محور استوار باشد که انجام عملیات به بهترین شکل ممکن برای کسب درآمد و سود جهت تداوم عملیات باید صورت گیرد. باید هدف اقتصادی و تجاری همزمان با ایجاد ارزش اجتماعی مدنظر بصورت پایدار ایجاد گردد. بنابراین کسب و کار اجتماعی مانند کسب و کار تجاری با محصولات، خدمات، مشتریان، ذی‌نفعان، بازارها، هزینه‌ها و درآمدها روبرو است. اما هدف اصلی آن خدمت به جامعه و بهبود وضعیت افراد بی‌بضاعت، کم درآمد و فقیر می‌باشد. همچنین با سازمان‌های غیرانتفاعی نیز متفاوت است. زیرا فعالیت سازمان‌های غیرانتفاعی برای پوشش کل هزینه‌های آن‌ها طراحی نشده است. در حالی که کسب و کار اجتماعی بدون ضرر و بدون سود سهام بوده و تنها برای شروع، متکی به سرمایه‌گذاران است و به دنبال خودپایداری می‌باشد. (یونس و همکاران، ۲۰۱۰). تمامی و همکاران (۲۰۱۶) در مقاله‌ای با عنوان "مدل‌های کسب و کار نوآوری اجتماعی: مقابله با اهداف و دارایی‌های متضاد"، تلاش کرده‌اند تا براساس مطالعه شواهد، روایت‌ها، زندگی‌نامه‌ها در زمینه زیربنای اقتصادی نوآوری اجتماعی، نسخه اصلاح شده‌ای از بوم مدل کسب و کار استروالد (۲۰۰۹) را برای شرکت‌های اجتماعی و سازمان‌های ترکیبی پیشنهاد دهند. (تمامی و همکاران، ۲۰۱۶). مدل‌های کسب و کار یکی از عوامل اصلی تعیین کننده میزان موفقیت کسب و کارها می‌باشند (بابایی، ۱۳۹۰). تهیه مدل و روش انجام کسب و کار، زمینه‌ی شناخت دست‌اندرکاران کسب و کار و ارزش مبادله شده میان آنها را فراهم می‌نماید (نیرومند و همکاران، ۱۳۸۹). انواع مدل‌های کارآفرینی اجتماعی و کسب و کار اجتماعی در پژوهشی که توسط کلایان مقدم و همکاران (۱۴۰۰) با عنوان "طراحی مدل کارآفرینی اجتماعی بومی در ایران با رویکرد داده بنیاد" انجام شده است، معرفی شده‌اند. برخی از آن‌ها در ادامه اشاره می‌شود. سینگ (۲۰۱۶) مدل کارآفرینی

اجتماعی را در قالب ۵ بعد عمده مشتمل بر توانایی‌های کارآفرین اجتماعی، ارزش اجتماعی ایجاد شده، شناسایی فرصت، بسیج منابع و زمینه و محیط می‌دانند. ولکمن و همکاران (۲۰۱۲) از دیدگاه اکوسیستم بیان کردند که کارآفرینی اجتماعی می‌تواند به ابعاد گرایش اجتماعی، بازار، نوآوری و فرصت طبقه بندی شود. بدین منظور عناصر ضروری نظیر جامعه، اقتصاد، فرهنگ، سیاست و نظام‌های نظارتی را معرفی کرده‌اند و سایر عناصر کلیدی این سیستم را انواع مختلف ذی‌نفعان (کارکنان، تأمین کنندگان، رسانه ها، سرمایه گذاران، رقبای مشتریان و سازمان‌های دولتی، عمومی، غیر دولتی و غیر انتفاعی) می‌دانند. ویرداوردنا و مورت (۲۰۰۶) در قالب مدلی چندبعدی برای کارآفرینی اجتماعی متغیرهای ۷ گانه ای مشتمل بر تغییرات محیطی، آینده مداری، نوآوری، مدیریت ریسک، پایداری، مأموریت اجتماعی، شناسایی و شکار فرصت را معرفی کرده‌اند. این متغیرها در سه بعد آینده مداری، نوآوری و مدیریت ریسک شکل می‌گیرند. سه عامل محیط، مأموریت اجتماعی و پایداری به عنوان عوامل محدوده کننده آن‌ها می‌باشند. میگوون پوری (۱۳۹۲) مدلی شامل شناخت فرصت‌های بالقوه، نهادینه سازی مسائل فرهنگی و اجتماعی در سازمان بهزیستی، بسیج منابع و امکانات، مدیریت مناسب ریسک و توجه به آینده پژوهی، ایجاد ارزش اقتصادی و بکارگیری آن در جهت تحقق ارزش اجتماعی، توسعه اقتصادی و اجتماعی گروه‌های هدف بهزیستی، توجه به مسائل محیطی و آموزش را ارائه داده است. بوم کسب‌وکار اجتماعی نیز برگرفته از مدل کانواس با تغییراتی در قالب ۸ بلوک، ابزاری جهت ایجاد مدل کسب‌وکار یک شرکت اجتماعی و یک ابزار مشارکتی برای کمک به ارتباط با ذی‌نفعان، مشتریان و مخاطبان می‌باشد. مدل کسب‌وکار برای یک شرکت اجتماعی کانالی است که کارآفرین اجتماعی در آن ارزش اجتماعی و ارزش اقتصادی کسب‌وکار را مشخص نماید. اجزای بوم کسب‌وکار اجتماعی عبارتند از چالش اجتماعی، ارزش‌های پیشنهادی، کاتالیزورها، مدل درآمد، صلاحیت‌ها و شایستگی‌های اصلی، پایداری مالی، تاثیرات، مقیاس بندی (Canvas، ۲۰۱۶)، (Qastharin، ۲۰۱۶)، (Sparviero، ۲۰۱۹) (۲۰۱۶).

حال سؤال اصلی اینجاست که برای تغییر مدل کسب و کار اجتماعی کارگزاران صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستاییان و عشایر با چه ظرفیت‌ها، الزامات اجرایی و موانعی روبرو خواهیم بود؟ و سؤالات فرعی پژوهش نیز عبارتند از:

چالش‌های اجتماعی که در قالب مدل کسب و کار اجتماعی کارگزاران صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستاییان و عشایر پاسخ داده می‌شود، کدامند و ذی‌نفعان کلیدی و جامعه هدف این کسب و کار چه کسانی هستند؟ ارزش‌های پیشنهادی این کسب و کار برای ذی‌نفعان و جامعه هدفی که با چالش‌های اجتماعی روبرو هستند، چیست؟ چه شایستگی‌ها و مهارت‌هایی برای تیم کسب و کار اجتماعی (مدیران و کارکنان شاغل در کارگزاری‌های بیمه اجتماعی کشاورزان، روستاییان و عشایر) لازم است؟

۳. طرح پژوهش

برای یافتن پاسخ سؤالات اصلی و فرعی مطرح شده، از رویکرد کیفی و روش تحقیق توصیفی اقدام پژوهی استفاده شده است. ماهیت موضوع این پژوهش صرفاً مدل سازی بر مبنای داده‌های گذشته نیست. هدف این نیست که بر مبنای اطلاعات قبلی، آینده را بسازیم. محیط کسب‌وکار روستایی با عدم اطمینان بالایی همراه است. انتخاب روش تحقیق اقدام پژوهی مبتنی بر تئوری اثرگذاری به ما کمک می‌کند، گام‌های کوچک برای طراحی و بهبود موضوع برداریم. از آنجائیکه هدف از این دسته پژوهش‌ها، توصیف شرایط یا پدیده‌های مربوط به موضوع مدنظر می‌باشد، با استفاده از این روش می‌توان موقعیت‌های ملموس مربوط به اقدام‌ها و عملیات را مشخص نمود. بنابراین هر یک از افرادی که در مورد موضوع مذکور دست‌اندرکار فعالیت می‌باشند می‌توانند برای شناخت مسائل مبتلا به آن سازمان یا کسب‌وکار و پی بردن به راه‌های کاهش این مسائل، روش اقدام پژوهی را بکار ببرند. این نوع پژوهش می‌تواند بازخوردهای لازم را در جهت بهبود کسب‌وکار مورد پژوهش فراهم آورد. در اقدام پژوهی، خود فردی که در کسب‌وکار نقش دارد به عنوان پژوهشگر و نقش اصلی پژوهشی را برعهده دارد. از این جهت مشکلات را به خوبی درک می‌کند و در تمامی موارد به صورت دقیق و عمیق به موشکافی موضوعات می‌پردازد. از سوی دیگر نتایج به دست آمده از پژوهش به سرعت می‌تواند مورد عمل قرار گیرد. اقدام پژوهی مشتمل بر ۹ گام عملیاتی است که عبارتند از ۱- تشخیص مسئله، ۲- توصیف وضع موجود و بیان مسئله، ۳- گردآوری و شواهد اطلاعات، ۴- تجزیه و تحلیل داده‌ها، ۵- ارائه یا انتخاب راه حل جدید، ۶-

اجرای راه حل ها و کنترل و نظارت بر آن ها، ۷- گردآوری شواهد و اطلاعات ۸- ارزشیابی تاثیر اقدام جدید و تعیین اعتبار آن، ۹- نتیجه گیری و ارائه پیشنهادات. در این پژوهش باتوجه به محدودیت زمانی و الزامات لازم جهت پیاده سازی، به طور مشخص گام اول تا پنجم اقدام پژوهی مدنظر بوده است. روش گردآوری اطلاعات بر دو محور مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه نیمه ساختاریافته استوار بوده است. برای این منظور با ۲۰ نفر از خبرگان صندوق که دارای حداقل ۵ سال سابقه مدیریتی در ستاد، استان و کارگزاری ها بوده‌اند، مصاحبه انجام شده است.

۴. یافته‌ها

یافته‌های پژوهش مبتنی بر ۲۰ مصاحبه انجام شده با خبرگان، مدیران و کارگزاران صندوق در قالب مضامین اصلی و کدگذاری محوری به شرح جدول زیر می باشد :

جدول ۲. یافته‌های پژوهش مبتنی بر مصاحبه

مضامین اصلی	کدگذاری محوری
ارزش پیشنهادی کسب و کار اجتماعی کارگزاران	احساس تعلق خاطر بیشتر به محیط زندگی، ارتقای کرامت انسانی، استقلال، اعتمادسازی و افزایش سرمایه اجتماعی، افزایش امید به زندگی، ایجاد حس مطلوبیت، رضایت، ارزشمند بودن، تأمین معیشت و آتیه، دسترسی آسان به مراکز آموزشی و مشاوره، عدالت اجتماعی و جلوگیری از گسترش فقر و کاهش هزینه های روستاییان
الزامات اجرایی مدل کسب و کار اجتماعی کارگزاران	اجرای پایلوت با دستورالعمل مشخص، استاندارد سازی خدمات جدید، اعلام متمرکز تعرفه قیمت از سوی صندوق در قالب نظام کارمزدی، آموزش و توانمندسازی کارگزاران، تأمین بودجه اجرای طرح از سوی صندوق، تعیین دقیق نقش ها، تغییرات ساختاری صندوق برای ورود به طرح های نوآورانه و خلاقانه کارآفرینی روستایی، سطح بندی کارگزاری ها و خدمات قابل ارائه و نظارت و کنترل متمرکز توسط صندوق
باورهای فرهنگی کمک کننده به توسعه کسب و کار	ارزش اشتغال و کارآفرینی در عرف و مذهب، پشتکار و اراده و فرهنگ تعاون و مشارکت
چالش های قابل پاسخگویی و خدمات قابل ارائه توسط کارگزاران در مدل کسب و کار اجتماعی	ارائه خدمات عمومی سازمان ها و دستگاه های اجرایی به روستاییان، ارائه راهکاری برای وثیقه تسهیلات، ایجاد دسترسی به بازار، آموزش (امور حقوقی و ثبت شرکت)، آموزش (برندسازی)، آموزش (بسته بندی)، آموزش (بیمه پرسنل)، آموزش (سوادمالی)، آموزش (فرآیند های صادرات)، آموزش (فرآیندهای بانکی)، آموزش (فرهنگ کارآفرینی)، آموزش (فروش)، آموزش (فنی و حرفه ای)، آموزش (معرفی تکنولوژی و فناوری های نوین)، آموزش (امور مالیاتی)، آموزش (بازاریابی)، تأمین مالی و سرمایه گذاری صندوق، تدوین طرح کسب و کار، توانمندسازی و اشتغال زنان روستایی، راه اندازی تأمین مالی جمعی برای راه اندازی و توسعه کسب و کارهای روستایی، شناسایی فرصت ها و ایده ها متناسب با ظرفیت های منطقه، کمک به تکمیل زنجیره تولید و توزیع، مشاوره کسب و کار، نظارت بر تسهیلات اعطایی و یافتن کارآفرین و سرمایه گذار برای طرح های کسب و کار روستایی
ذی نفعان اصلی کسب و کار اجتماعی کارگزاران	وزارت صنعت، معدن و تجارت، استانداری ها، بانک های تسهیلات دهنده، بخشداری ها، تعاونی ها، تمام سازمان ها و نهادهای فعال در حوزه روستا، تمام سازمان های دارای جامعه هدف مشترک با صندوق، جامعه هدف اصلی صندوق، دانشگاه ها، دهیاری، دولت، روستاییان، روستاییان در سن کار، زنان روستایی، سازمان فنی و حرفه ای، سمن ها، صندوق، صندوق کارآفرینی امید، عمران روستایی بنیاد مسکن انقلاب اسلامی، فرمانداری، کارگزاران، کمیته امداد امام خمینی، معاونت توسعه امور اجتماعی و عمومی سازمان مدیریت و برنامه ریزی، معاونت توسعه روستایی و مناطق محروم کشور، نمایندگان مجلس، وزارت بهداشت و درمان، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، وزارت جهادکشاورزی، وزارت کشور و وزارت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری
شایستگی و مهارت های مورد نیاز کسب و کار اجتماعی کارگزاران	بازاریابی و فروش، برنامه ریزی، تفکر بصیرت گرا، تفکر سیستمی، فناوری های نوین، مدیریت راهبردی، امور حقوقی، آشنایی با صنایع و مشاغل و ویژگی های آنها، آشنایی با فرآیندهای بانکی و حمایتی کشور، آشنایی با کسب و کارهای جدید، آشنایی با مراحل راه اندازی کسب و کار، آشنایی با نرم افزارهای مربوطه، برندسازی، بسته بندی، تدوین طرح کسب و کار، مدل کسب و کار، توانمندسازی، دانش بیمه، شایستگی های فردی، فنون مذاکره، مالیات، مدیریت و مربی گری، مشتری مداری، مهارت های ارتباطی و روابط عمومی، مهارت های رایانه ای و مهارت های عمومی

مضامین اصلی	کدگذاری محوری
ظرفیت‌های موجود برای ایجاد مدل کسب‌وکار اجتماعی کارگزاران	ارائه خدمات حمایتی و رایگان دولتی، استفاده از اساتید، دانشجویان و فارغ التحصیلان رشته‌های مرتبط با کارآفرینی برای آموزش و مشاوره، استفاده از پلتفرم‌های موجود و یا طراحی سوپراپلیکیشن، استفاده از تجارب موفق دنیا در زمینه آموزش و مشاوره روستایی، استفاده از ظرفیت‌های فضای مجازی برای آموزش و مشاوره، امکانات روستاها، انگیزه درآمدی و ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل کارگزاری‌های توانمند و فعال برای ورود به حوزه کسب‌وکار روستایی، سرمایه اجتماعی بالای کارگزاران در میان روستاییان، ظرفیت جوانان روستایی
موانع فرهنگی توسعه کسب‌وکار	انتظار رایگان بودن خدمات، مخفی کاری و مقاومت در برابر تغییرات تکنولوژی و فناوری‌های جدید
موانع اجرایی کسب‌وکار اجتماعی کارگزاران	عدم موفقیت طرح‌های قبلی آموزش روستایی، سلب اعتماد به دلیل وعده‌ها و طرح‌های دولتی اجرا نشده، ضرورت اخذ مجوز قانونی مشاوره کسب‌وکار، عدم امکان برنامه‌ریزی یکسان و دادن نسخه واحد برای کل کشور به دلیل تفاوت‌های منطقه‌ای، کمبود نیروی انسانی ماهر در مناطق روستایی، مقاومت در برابر تغییر و توسعه، موازی کاری و مانع تراشی نهادهای فعال در حوزه کسب‌وکار روستایی و هزینه‌های کارگزاران

۵. بحث و نتیجه گیری

در این پژوهش در ابتدا برای پاسخ به سؤال اصلی مبنی بر مدل کسب‌وکار اجتماعی مناسب برای کارگزاران صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستاییان و عشایر تلاش شد تا از زوایای مختلف به بررسی ظرفیت‌های موجود، الزامات اجرایی، باورهای فرهنگی و موانع اجرایی پرداخته شود. براساس نظرات خبرگان، ظرفیت‌های موجود برای ایجاد مدل کسب‌وکار اجتماعی کارگزاران، مفاهیمی نظیر انگیزه درآمدی و ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل کارگزاری‌های توانمند و فعال برای ورود به حوزه کسب‌وکار روستایی، سرمایه اجتماعی بالای کارگزاران در میان روستاییان به عنوان ظرفیت داخلی وجود دارند. همچنین مفاهیمی نظیر استقبال جوانان از طرح‌های جدید و خدمات کسب‌وکار روستایی، استفاده از دانشجویان و فارغ التحصیلان رشته‌های مرتبط با کسب‌وکار و کارآفرینی برای آموزش و مشاوره، استفاده از پلتفرم‌های موجود و یا طراحی سوپراپلیکیشن روستایی برای ارائه طرح‌ها و جذب سرمایه گذار، استفاده از تجارب موفق دنیا در زمینه آموزش و مشاوره روستایی ظرفیت‌های بیرونی هستند. در مضمون الزامات اجرایی، مفاهیمی نظیر اجرای پایلوت با دستورالعمل مشخص، استاندارد سازی خدمات جدید، اعلام متمرکز تعرفه قیمت از سوی صندوق در قالب نظام کارمزدی، آموزش و توانمندسازی کارگزاران، تعیین دقیق نقش‌ها، تأمین بودجه اجرای طرح، سطح بندی کارگزاری‌ها و خدمات قابل ارائه، نظارت و کنترل متمرکز و تغییرات ساختاری صندوق برای ورود به نقش‌های جدید در اکوسیستم کارآفرینی روستایی به عنوان مفاهیم اولویت دار از نظر خبرگان مدنظر بوده است. اغلب الزامات اجرایی به نوعی نشان می‌دهد که هرگونه تغییر نیازمند الزاماتی خواهد بود که طبق نظریه ساراسواتی در تئوری اثرگذاری، در فضای پرابهام و عدم اطمینان بالا، با بکارگیری منابع و دارایی‌های در دسترس گام به گام به سمت هدف و ساخت آینده پیش می‌رویم (Sarasvathy, ۲۰۰۱). وجود الزامات، ضرورت‌ها و موانع موجود برای تغییر در مدل کسب‌وکار اجتماعی کارگزاران صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستاییان و عشایر با موارد مطرح شده در زمینه تغییر و تحولات سازمانی توسط (رضاییان، ۱۳۸۶) در کتاب رفتار سازمانی و یافته‌های پژوهش (اخوان علاف و همکاران، ۱۳۹۵) و (رضازاده، ۱۳۹۶) همخوانی دارد.

در زمینه باورهای فرهنگی کمک‌کننده و محدودکننده توسعه کسب‌وکار اجتماعی کارگزاران مفاهیمی نظیر ارزش اشتغال و کارآفرینی در عرف و مذهب، فرهنگ تعاون و مشارکت (فاضل بیگی و یآوری، ۱۳۸۸)، (عاشقی و همکاران، ۱۳۹۷)، پشتکار و اراده و مقاومت در برابر تغییرات تکنولوژی و فناوری‌های جدید و انتظار رایگان بودن خدمات مدنظر خبرگان بوده است.

در زمینه موانع اجرایی، مفاهیمی نظیر ضرورت اخذ مجوز قانونی مشاوره کسب‌وکار، موازی کاری و مانع تراشی نهادهای فعال در حوزه کسب‌وکار روستایی (رضوانی و عزیز، ۱۳۹۱)، سلب اعتماد به دلیل وعده‌ها و طرح‌های دولتی اجرا نشده (رضوانی و عزیز، ۱۳۹۱) و (ورمزیاری و مرادی، ۱۳۹۶)، مقاومت در برابر تغییر و توسعه (نوبخت حقیقی، ۱۳۸۸)، کمبود نیروی انسانی ماهر در مناطق روستایی (تکه‌ئی، طاهری و مرادی ۱۴۰۰)، (محمدی خیاره و عرفان‌نیا، ۱۳۹۸)، (امیدی و همکاران، ۱۳۹۷)، (ولائی و همکاران، ۱۳۹۴) و عدم امکان برنامه‌ریزی یکسان و دادن نسخه واحد برای کل کشور به دلیل تفاوت‌های منطقه‌ای مدنظر خبرگان بوده است. چالش‌های اجتماعی قابل پاسخگویی: یافتن کارآفرین و سرمایه گذار برای طرح‌های کسب‌وکار

روستایی، نظارت بر تسهیلات اعطایی، مشاوره کسب‌وکار، کمک به تکمیل زنجیره تولید و توزیع، شناسایی فرصت‌ها و ایده‌ها متناسب با ظرفیت‌های منطقه، توانمندسازی و اشتغال زنان روستایی، تدوین طرح کسب‌وکار، تأمین مالی و سرمایه‌گذاری صندوق، ایجاد دسترسی به بازار، ارائه راهکاری برای وثیقه تسهیلات و ارائه خدمات عمومی سازمان‌ها و دستگاه‌های اجرایی به روستاییان و آموزش‌های کارآفرینی بوده است. از جمله آموزش‌های قابل ارائه توسط کارگزاران برای بهبود اکوسیستم کارآفرینی روستایی می‌توان به مالیات، سواد مالی، بسته بندی، بازاریابی، معرفی تکنولوژی و فناوری‌های نوین، کارآفرینی و کسب‌وکار، فنی و حرفه‌ای، فروش، فرآیندهای بانکی، فرآیندهای صادرات، بیمه پرسنل، برندسازی، امور حقوقی و ثبت شرکت اشاره نمود. چالش‌های کارآفرینی روستایی شناسایی شده با یافته‌های پژوهش‌های (حسینی و همکاران، ۱۳۹۸)، (فراهانی و الوندی، ۱۳۹۹)، (رستمعلی زاده و حسینی، ۱۳۹۹)، (تمری و همکاران، ۱۳۹۸)، (شاهمرادی و همکاران، ۱۳۹۷)، (شاطریان و همکاران، ۱۳۹۶)، (اشراقی سامانی و همکاران، ۱۳۹۵)، (طوسی و همکاران، ۱۳۹۴)، (شریف زاده و همکاران، ۱۳۹۳)، (حیدری مکرر و همکاران، ۱۳۹۰) مطابقت دارد. علاوه بر این، خدمات مربوط به آموزش فرهنگ کارآفرینی با پژوهش‌های مرتبط با اثربخشی آموزش و توانمندسازی (رکن الدین افتخاری و حیدری ساریان، ۱۳۹۶)، (محمدی الیاسی و همکاران، ۱۳۹۹)، (قدسیان، ملامحمدی، و شاه حسینی، ۱۳۹۳)، (موحدی و همکاران، ۱۳۹۶)، (زندیه و همکاران، ۱۳۹۹)، (نظری و همکاران، ۱۳۹۹)، (شمس آرا و زینتی فخرآباد، ۱۳۹۵) مطابقت دارد. همچنین آموزش‌های مربوط به سواد مالی با یافته‌های پژوهش‌های مرتبط با اثربخشی آموزش‌های (دری سده و توکلی، ۱۴۰۰) و (دیانتی دیلمی و حنیفه‌زاده، ۱۳۹۴) مطابقت دارد.

ارزش‌های پیشنهادی عبارتند از: دسترسی آسان به مراکز آموزشی و مشاوره، اعتمادسازی و افزایش سرمایه اجتماعی، ایجاد حس مطلوبیت، رضایت، ارزشمند بودن، ارتقای کرامت انسانی، تأمین معیشت و آتیه، عدالت اجتماعی و جلوگیری از گسترش فقر، کاهش هزینه‌های روستاییان، افزایش امید به زندگی، احساس تعلق خاطر بیشتر به محیط زندگی و استقلال که با ارزش‌هایی نظیر برقرار کننده ارتباط، کاهش هزینه‌ها، کننده درآمد و پول، صرفه جویی در زمان، ساده سازی و تسهیل کننده در قسمت کارکردی/ عملکردی، ارتقای سطح رفاه، افزایش دسترسی پذیرنده در قسمت احساسی/ عاطفی، احساس وابستگی و تعلق، ارثیه (سرمایه‌گذاری برای نسل‌های آینده)، ایجاد و افزایش انگیزه، امیدبخشی، خودشکوفایی در قسمت تغییر دهنده زندگی و خودتعالی در قسمت تاثیر اجتماعی برگرفته از هرم ارزش (Almquist, Senior, ۲۰۱۶) Bloch) مطابقت دارد. همچنین ارزش‌های تأمین معیشت و آتیه و کاهش هزینه‌های روستاییان و دسترسی آسان به مراکز آموزشی و مشاوره با یافته‌های (رضایی و همکاران، ۱۳۹۸)، (ندوشن و همکاران، ۱۳۹۷) در زمینه نیازهای اولویت دار اقتصادی روستاییان مطابقت دارد.

مهارت‌ها و شایستگی‌های مورد نیاز کارکنان و مدیران کارگزاران در پذیرش نقش‌های جدید عبارتند از: مهارت‌های عمومی: فنون مذاکره، روابط عمومی، نرم افزارهای رایانه‌ای، مربی‌گری؛ دانش تخصصی: تدوین طرح کسب‌وکار، آشنایی با صنایع و مشاغل مختلف، بازاریابی و فروش، فناوری‌های نوین و کاربرد آنها در مشاغل، بیمه، مالیات، امور حقوقی، مجوزهای کسب‌وکار، فرآیندهای بانکی و تسهیلاتی؛ مهارت‌های فردی: تفکر سیستمی و راهبردی، شایستگی‌های فردی، برنامه ریزی که با یافته‌های پژوهش‌های (عزیزی و حاتمی، ۱۳۹۴)، (اکرمی و چوپانی، ۱۳۹۷)، (مرادی، سیینا و همکاران، ۱۳۹۵)، (نوتاش و همکاران، ۱۳۹۵)، (تقی زاده هرات و هادیان پور، ۱۳۹۵)، (وکیلی و همکاران، ۱۳۹۹) مطابقت دارد.

ذی‌نفعان و مشتریان اصلی کسب‌وکار اجتماعی کارگزاران صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستاییان و عشایر، تمام سازمان‌ها و نهادهای فعال در حوزه روستا، روستاییان در سن کار، روستاییان، دولت، جامعه هدف اصلی صندوق و کارگزاران بوده‌اند. همچنین سایر ذی‌نفعان عبارتند از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، وزارت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، وزارت کشور، وزارت صنعت، معدن و تجارت، وزارت جهاد کشاورزی، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، نمایندگان مجلس شورای اسلامی، معاونت توسعه روستایی و مناطق محروم کشور، معاونت توسعه امور اجتماعی و عمومی سازمان مدیریت و برنامه ریزی، مساجد و امور فرهنگی و بسیج، کمیته امداد امام خمینی (ره)، فرمانداری‌ها، عمران روستایی بنیاد مسکن انقلاب اسلامی، صندوق کارآفرینی امید، سازمان‌های مردم‌نهاد، سازمان فنی و حرفه‌ای، دهیاری‌ها، دانشگاه‌ها، تعاونی‌ها، بخش‌داری‌ها، بانک

های تسهیلات دهنده، استانداردی ها تناسب نقش و قدرت معرفی شده اند که طبق پژوهش (باباجانی محمدی و همکاران، ۱۳۹۳) و انواع مدل های شناسایی ذی نفعان می بایست قدرت و نقش هر کدام مشخص شوند.

۶. پیشنهادات پژوهش

۱. تکمیل سایر اجزای مدل کسب و کار اجتماعی کارگزاران صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستاییان و عشایر به عنوان پیشنهاد پژوهشی می تواند مطرح شود.
۲. تعداد بالای دستگاه اجرایی فعال در حوزه روستایی که در برخی منابع تعداد آنها تا ۸۷ سازمان نیز اشاره شده است می تواند موضوع پژوهشی با عنوان شناسایی دقیق ذی نفعان با تحلیل میزان قدرت و نقش هر یک از آنها در حوزه روستایی قرار گیرد.
۳. طراحی دوره مشاوره کسب و کار روستایی با رویکرد تدوین طرح کسب و کار برای دانش آموختگان کارآفرینی و آماده سازی آنها برای گسیل به سمت روستاها و همکاری نزدیک با کارگزاران صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستاییان و عشایر به منظور پاسخگویی به چالش های کارآفرینی روستایی به عنوان پیشنهادی مدیریتی مطرح می باشد.
۴. طراحی یک صندوق سرمایه گذاری خطر پذیر به منظور سرمایه گذاری در ایده های خلاقانه و نوآورانه روستاییان که از طریق کارگزاران صندوق در مناطق روستایی شناسایی و معرفی می شوند، پیشنهاد مدیریتی مطرح می باشد.

منابع

- Almquist, E., Senior, J., & Bloch, N. (2016). The elements of value. *Harvard Business Review*, 94(9), 47–53.
- Canvas, S. B. M. (2016). *Social Business Model Canvas*.
- Knight, F. H. (1921). Knight, Frank Hyneman: Risk, Uncertainty, and Profit. In *Die 100 wichtigsten Werke der Ökonomie* (pp. 108–109). <https://doi.org/10.34156/9783791046006-108>
- Qastharin, A. R. (2016). Business model canvas for social enterprise. *Journal of Business and Economics*, 7(4), 627–637.
- Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review*, 26(2), 243–263. <https://doi.org/10.5465/AMR.2001.4378020>
- Sarasvathy, S. D. (2003). Entrepreneurship as a science of the artificial. *Journal of Economic Psychology*, 24(2), 203–220. [https://doi.org/10.1016/S0167-4870\(02\)00203-9](https://doi.org/10.1016/S0167-4870(02)00203-9)
- Sparviero, S. (2019). The case for a socially oriented business model canvas: The social enterprise model canvas. *Journal of Social Entrepreneurship*, 10(2), 232–251.
- Tamami, K., Deserti, A., Rizzo, F., Celi, M., & Alijani, S. (2016). Social innovation business models: Coping with antagonistic objectives and assets. *Critical Studies on Corporate Responsibility, Governance and Sustainability*, 11, 315–347. <https://doi.org/10.1108/S2043-905920160000011013>
- Yunus, M., Moingeon, B., & Lehmann-Ortega, L. (1390). Building social business models: Lessons from the grameen experience. *Long Range Planning*, 43(2–3), 308–325. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.12.005>
- احسانی فر، ت.، تهمنه، شاهمردای، مهنا، مرادیان، قبادی، ر.، فرحمنند، و کامبخش. (۱۳۹۷). بازدارنده های توسعه کارآفرینی زنان روستایی (مورد مطالعه: زنان کارآفرین شهرستان لاهیجان). *کارآفرینی در کشاورزی*، ۵(۱)، ۹۳–۱۰۶.
- اخوان علاف، ع.، شهبازی، م.، و ناصری، م. (۱۳۹۵). مدیریت تغییر و تحول سازمانی. In *کنفرانس بین المللی نخبگان مدیریت*.
- اشراقی سامانی، ر.، کریمی، ط.، واحدی، م.، و صیده، ط. (۱۳۹۵). *چالش های کارآفرینی روستایی در استان ایلام*. ۵۷–۶۳
- امیدی، ن.، محمدی، ا.، اله پور اشرف، ی.، و خلیلی، ک. (۱۳۹۷). تحلیل عوامل مؤثر بر ایجاد و توسعه شرکت های کوچک و متوسط کارآفرینی در نواحی روستایی استان ایلام. *فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، ۷(۲۵)، ۱۴۵–۱۶۴.

- باباجانی محمدی، س.، تک روستا، ح. و S. Management. (۱۳۹۳). تئوری ذینفعان و نتایج ضمنی آن. کنفرانس بین المللی توسعه و تعالی کسب و کار، ۱-۱۰.
- پاداش حمید، نیکونستی علی. نقش نهادها در توسعه کارآفرینی. فصلنامه برنامه ریزی و بودجه ۱۳۸۶؛ ۱۳ (۱): ۱۵۴-۱۲۹
- تقی زاده هرات، ع. و هادیان پور، م. (۱۳۹۵). شایستگی های مربیگری کسب و کار. چهارمین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، برلین - آلمان، ۱-۶.
- تکه ئی، ع.، طاهری، س. و مرادی، ش. (۱۴۰۰). تاثیر کارآفرینی اجتماعی در توسعه روستایی. چهارمین کنفرانس بین المللی مطالعات بین رشته ای در مدیریت و مهندسی. <https://civilica.com/doc/1354122>
- تمری، م.، رستگاری، و شریف زاده. (۱۳۹۸). غربالگری فازی و ارزیابی موانع و مشکلات کارآفرینی روستایی ایران. پژوهش های ترویج و آموزش کشاورزی، ۱۲ (۱)، ۱-۱۴.
- حسینی، س. م.، منشی زاده، ر. ا.، رضویان، م. و مرید سادات، پ. (۱۳۹۸). بررسی موانع توسعه پایدار اقتصادی سکونتگاه های روستایی با رویکرد کارآفرینی (مطالعه موردی: شهرستان کیار-استان چهارمحال و بختیاری). فصلنامه علمی و پژوهشی نگرش های نو در جغرافیای انسانی، ۱۲ (۱)، ۴۱-۶۲.
- حیدری مکرر، نظری، یاسر، و G. Notion. (۱۳۹۰). بررسی چالش های مدیریتی در روستاهای ایران (مطالعه موردی روستای صفی آباد-شهر جوانرود). اندیشه جغرافیایی، ۹ (۵)، ۲۷-۹.
- خاتون آبادی، س. و، و انداده، غ. (۱۳۹۰). بررسی موفقیت کارآفرینان روستایی استان اصفهان با استفاده از روشهای تصمیم گیری چند پاره و تحلیل عاملی. اقتصاد و توسعه کشاورزی، ۲۳ (۲)، ۱۱۹-۱۲۳.
- دری سده، س. و، و توکلی، م. (۱۴۰۰). بررسی و ارزیابی سواد مالی کارآفرینان روستایی شهرستان سمیرم استان اصفهان. روستا و توسعه پایدار فضا، ۲ (۱)، ۳۶۱-۳۸۶.
- رستمعلی زاده، و. ا. و حسینی، ق. (۱۳۹۹). موانع سرمایه گذاری و کسب و کار در مناطق مرزی روستایی ایران. توسعه محلی (روستایی-شهری)، ۱۱ (۲)، ۳۶۱-۳۸۶.
- رضازاده، ف. (۱۳۹۶). مدیریت تغییر و تحول راهکار بهبود و بالندگی در سازمان های دولتی. *Tadbir*، ۲۷ (۲۹۲)، ۴-۹.
- رضایی، ح.، مطیعی لنگرودی، س. و فرجی سبکبار، ح. و دربان آستانه، ع. (۱۳۹۹). تحلیل اکتشافی نیازهای اقتصادی جوامع روستایی بر اساس نظر مطلعان کلیدی (مطالعه موردی: استان یزد). کاوش های جغرافیایی مناطق بیابانی، ۷ (۲)، ۷۳-۹۹.
- رضاییان، ع. (۱۳۸۶). مدیریت رفتار سازمانی. چاپ هشتم، تهران، انتشارات سمت.
- رضوانی، م. ر. و عزیزی، ف. (۱۳۹۱). بررسی چالش های بیمه اجتماعی روستائیان و عشایر در کشور. فصلنامه رفاه اجتماعی، ۱۳ (۴۸)، ۲۷۱-۳۱۱.
- رکن الدین افتخاری، ع. و حیدری ساربان، و. (۱۳۹۶). توانمندسازی روستایی (اصول بنیادین، رهیافت ها، نظریه ها و تجربیات). دانشگاه تربیت مدرس، ۴ (۱)، ۸۸-۱۰۰.
- زندیه، شهنام، قزوینی، ص. ز.، تبریز، ع. و سخدری، و کمال. (۱۴۰۱). توسعه مدل کارآفرینی روستایی در ایران از طریق مطالعه نقش میانجی توانمندسازی روستائیان. روستا و توسعه، ۲۴ (۴)، ۱۴۱-۱۷۰.
- شاطریان، م. نصرآبادی، ز. و منصوریان، ف. (۱۳۹۶). تحلیل موانع کارآفرینی زنان روستایی در شهرستان کاشان. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۶ (۲۱)، ۱۸۱-۱۹۶.
- شاهمردی، م. احسانی فر، ت.، فرحمند، ک.، رستمی، ف. و صحرايي، م. (۱۳۹۷). واكوی چالش های فراروی عملیاتی کردن ایده های کسب و کار از دیدگاه زنان روستایی (مورد: استان کرمانشاه). پژوهش های روستایی، ۹ (۴)، ۵۵۲-۵۶۳.
- شریف زاده، ا.، خواجه شاهکوهی، ع.، عبدالله زاده، غ. و شریفی، م. (۱۳۹۳). آسیب شناسی توسعه کسب و کارهای خانوادگی روستایی در استان گلستان. پژوهش های روستایی، ۵ (۱)، ۱-۲۴.
- شریفی، م. و پیش بین، س. (۱۳۹۴). پیشبرد توسعه روستایی از طریق کارآفرینی اجتماعی: آموزه های بانک گرامین. کارآفرینی در کشاورزی، ۲ (۳)، ۷۷-۱۰۵.
- شمس آرا، پ. و زینتی فخرآباد، ح. (۱۳۹۵). فراتحلیلی بر جایگاه آموزش در توسعه کسب و کارهای خانگی در جوامع روستایی. دومین کنفرانس بین المللی یافته های نوین پژوهشی در علوم، مهندسی و فناوری.

- طوسی، ر.، جمشیدی، ع. و تقدیسی، ا. (۱۳۹۴). کارآفرینی روستایی و تعیین عوامل مؤثر بر آن (مطالعه موردی: روستاهای شهرستان مینودشت). عاشقی، بیگی، شاهسون، و روح‌اله. (۱۳۹۸). شناسایی و طبقه‌بندی شایستگی‌های مدیران تعاونی‌ها. *تعاون و کشاورزی*, ۲۴۹(۸), ۳۵-۵۵.
- عزیزپور، ف.، محمودیان، ف. و عزیزی، س. (۱۳۹۸). تحلیل دیدگاه عشایر درباره کیفیت خدمات صندوق بیمه اجتماعی روستاییان و عشایر نمونه مطالعه: دهستان چغاخور استان چهارمحال و بختیاری. *برنامه ریزی فضایی*, ۱۰(۳), ۴۷-۶۵.
- عزیزی، م. و حاتمی، ف. (۱۳۹۴). شناسایی شایستگی‌های مورد نیاز مشاوران کسب‌وکار.
- فائز، و. م. نجفی، س. فتح‌اللهی، ج. و شریف کریمی، م. (۱۴۰۱). انتخاب چارچوب نظری متناسب با شناسایی پیش‌نیازهای توسعه پایدار روستایی. *روستا و توسعه پایدار فضا*.
- فاضل بیگی، م. و یوری، غ. (۱۳۸۸). تعاون روستایی سرآغازی بر توسعه کارآفرینی. *فصلنامه تعاون و کشاورزی*, ۲۰(۲۰۴-۲۰۵), ۴۱-۶۲.
- فراهانی، ح. و الوندی، م. (۱۳۹۹). تبیین چالش‌های کارآفرینی کسب و کارهای کوچک روستایی مطالعه موردی روستاهای شهرستان بیجار. *نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی*.
- فیروزآبادی، و دباغی. (۱۳۹۴). نقش کارآفرینی اجتماعی در توسعه محلی. *توسعه محلی (روستائی-شهری)*, ۷(۱), ۲۹-۵۸.
- قادرمزی، ح.، فایقی، ن. و ریاحی، و. (۱۳۹۹). تبیین عوامل مؤثر بر اثربخشی عملکرد صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستاییان و عشایر (مطالعه موردی: شهرستان سروآباد). *مهندسی جغرافیایی سرزمین*, ۸(۴), ۲۹۵-۳۰۸.
- قدسیان، ح.، ملامحمدی، م. و شاه حسینی، ز. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر آموزش‌های فنی و حرفه‌ای بر توانمندسازی زنان. *مهارت آموزی*, ۳(۱۱), ۱۹-۳۲.
- کرد، ب.، شیپکی تاش، م. و خواجه پور، م. (۱۳۹۵). بررسی کارآفرینی اجتماعی در راستای توسعه روستایی و ارائه مدل مفهومی. *In دومین کنفرانس بین‌المللی پارادایم‌های نوین مدیریت، نوآوری و کارآفرینی*. <https://civilica.com/doc/556252>
- کریمی، و چوپانی. (۱۳۹۷). ادراک مشاوران از مؤلفه‌های مهارتی شایستگی مشاوران: یک مطالعه کیفی. *Research Qualitative of Journal Sciences Health in*, ۷(۳), ۲۶۴-۲۷۸.
- کریمی، س. (۱۳۹۴). کارآفرینی روستایی: چالش‌ها و فرصت‌ها. *مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی*, ۱(۳), ۱۰۱-۱۱۹.
- محمدی الیاسی، ق.، شفیعیان، ا.، محمود، ا. د.، خاندوزی، س. و پاداش، ح. (۲۰۲۱). شاکله دانش در نظریه توانمندسازی کارآفرینانه فقرا: یک تحلیل وسیع علم سنجی. *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*, ۱۴(۱), ۹۹-۱۱۸.
- محمدی خیاره، م. و عرفان نیا، ا. (۱۳۹۸). شناسایی و اولویت‌بندی چالش‌ها و فرصت‌های کارآفرینی روستایی: مطالعه موردی دهستان‌های باقران، القورات و شاخن شهرستان بیرجند. *روستا و توسعه*, ۲۳(۴), ۹۱-۱۲۲. <https://doi.org/10.30490/RVT.2020.273240.1032>
- مرادی، سینا، اربابی‌هانی، یاسر، گ. ج. و مجاهددینی، مرجان. (۱۳۹۵). گونه شناسی سیمای شایستگی‌های مدیران پروژه بر اساس نوع پروژه. *چهارمین کنفرانس بین‌المللی پژوهش در مهندسی علوم و تکنولوژی*.
- مقیم، س. و کیلی، ی. و اکبری، م. (۱۳۹۲). *نظریه‌های کارآفرینی*. مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.
- مودی، بروجنی، س. و جلیله. (۱۳۹۶). بررسی شیوه‌های آموزشی مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان روستایی. *راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی*, ۳(۶), ۲۴-۳۳.
- ندوشن، ع. عباس، صباغچی، مرجان، Access, O و Commons, C. (۱۳۹۷). ارزیابی نیازهای جوانان و اولویت‌های سیاستی مرتبط با آنان در شهر یزد با به‌کارگیری الگوی اهمیت-عملکرد. *جامعه‌شناسی کاربردی*, ۲۹(۲), ۳۹-۶۴.
- نظری، ح. جمشیدی، ع. و صیدایی، ص. (۱۳۹۹). واکای عوامل بنیادین آموزشی مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی شهرستان اردل با استفاده از تحلیل مقایسه‌ای کیفی مجموعه فازی. *Information Issue Journal*, ۱۳(۳), ۵۱.
- نوبخت حقیقی، ش. (۱۳۸۸). بررسی پیامدهای تعمیم بیمه‌های اجتماعی به روستاییان و کشاورزان. *دام و صنعت*, شماره ۱۱۰.
- نوتاش، ه. محمدی الیاسی، ق. و رضایی زاده، م. (n.d.). *شناسایی شایستگی‌های عمومی عاملین توسعه خوشه‌های کسب‌وکار ایران*.
- نورپور، ع. ساکتی، پ. و طاهرپور کلانتری، ح. ا. (۱۳۹۹). شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر کارآفرینی اجتماعی (در سازمان‌های غیرانتفاعی ایران). *Research Social*, ۱۲(۴۸), ۱۷۴-۱۹۷.
- نیرومند، پوراندخت، مسجدیان جزی، سهراب، و یعقوبی‌فر، یوسف. (۱۳۸۹). مدل کسب‌وکار عامل حیاتی در موفقیت کسب‌وکار. *کار و جامعه*, ۱۲۳-۵۸-۴۷(۱۹), ۱۲۴.

ورمزیاری، ح. و مرادی، م. (۱۳۹۶). واکاوی موانع توسعه بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر در شهرستان کرمانشاه. فصلنامه رفاه اجتماعی، ۱۷(۶۶)، ۲۹۱-۳۲۰.

وکیلی، محمد، دهقانان، حامد، سرشت، ر. و ورنامخواستی، خ. (۱۴۰۰). مدلی برای شایستگی های مشاور استراتژی سازمان. مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، ۳۰(۱۰۱)، ۴۳-۶۷.

ولائی، م.، عبدالهی، ع.، منافی آذر، ر. و صفری، ن. (۱۳۹۴). تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه پایدار روستایی با تأکید بر کارآفرینی (مطالعه موردی: دهستان مرحمت آباد شمالی-شهرستان میاندوآب). فصلنامه علمی-پژوهشی برنامه ریزی منطقه ای، ۵(۱۹)، ۱۴۹-۱۶۲.

یونس، م. (۲۰۰۶). جهانی بدون فقر.