



<https://sppl.ui.ac.ir/?lang=en>

Spatial Planning

E-ISSN: 2476-3357

Document Type: Research Paper

Vol. 13, Issue 3, No.50, Autumn 2023, pp. 1- 2

Received: 07/12/2022

Accepted: 02/10/2023

Competitive Advantages of Indigenous Rural Entrepreneurship in Iran (Case Study: South of Lorestan Province)¹

Ali Akbar Anabestani¹, Mehrshad Toulabi Nejad² *

1- Professor of Human Geographic, Faculty of Earth Sciences, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran
anabestani@um.ac.ir

2- Post-doctoral Researcher, Faculty of Earth Sciences, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran
mehrshad_t65@yahoo.com

Abstract

Background: Rural indigenous entrepreneurship is one of the recent research areas to show that is incompatible with some of the main assumptions of classic (Western) entrepreneurship. In Iran- including in the southern province of Lorestan- which has a rich cultural heritage and indigenous people, so far the issue of native rural entrepreneurship and its advantages have not been addressed.

Objective: The purpose of the present study is to investigate the benefits of native rural entrepreneurship.

Research Method: The present study is applied in terms of the purpose. Based on the nature and method, it is a descriptive study. The methods of collecting the data were through using library sources and questionnaires. The Johanson test was used to examine the most important areas, advantages, and competitive opportunities for native rural entrepreneurship.

Findings: The results of field studies showed that according to the concept of indigenous entrepreneurship, 20 indigenous rural entrepreneurs were identified in Lorestan province, which were different from classical entrepreneurship. This type of entrepreneurship was created in connection with native culture, rural and local resources, and the native knowledge of the region. Investigating the benefits of native rural entrepreneurship led

¹ . This work is based upon research funded by Iran National Science Foundation (INSF) Under Project No 99029269

*Corresponding Author

Anabestani, A., & Tuolabi nejad, M. (2023). Exploring Competitive Advantages of Rural Native Entrepreneurship in Iran (Case study: south of Lorestan province). *Spatial Planning*, 13 (3), 1 -2.

2476-3357 © The Author(s). Published by University of Isfahan

This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>).



10.22108/SPPL.2023.135985.1684



20.1001.1.22287485.1402.13.3.2.3

to the identification of 5 general categories: 1) the benefits of launching and implementing native rural entrepreneurship, 2) economic benefits, 3) cultural benefits, 4) social benefits, and 5) environmental benefits.

Keywords: Indigenous Rural Entrepreneurship, Classical Rural Entrepreneurship, Competitive Advantages, Southern Lorestan Province.

Introduction

There are various types of native rural activities, native agriculture, aquaculture, native tourism, artistic and cultural industries (rugs, carpets, basket production and home decorations), and eco-tourism camps, etc. in the rural areas of Lorestan province as the study area of this research. They are all related to local and environmental resources, the culture and values of Lor people, and the native/local knowledge of villagers. Meanwhile, the Lorestan province has a long history (the discovery of the world's first intelligent human in this province), it has an ancient cultural and traditional background, and various native tribes of Lor (Lor, Lak, Bakhtiari, Lor Minjarei and Talasi) have natural reserves and pristine and untouched cultural and artistic resources, which can be a model and a tool for the economic progress of indigenous rural communities in this province. One way to develop indigenous entrepreneurship in rural areas is to introduce this type of entrepreneurship and provide its benefits. Therefore, in this study, the advantages of indigenous rural entrepreneurship in Lorestan province are presented.

Materials and Methods

The present applied study is descriptive in nature. The methods of collecting the data were using library sources and questionnaires. Internet was also used to collect the data on approaches, theoretical foundations, various research variables, competitive advantages of native rural entrepreneurship, and research background.

Research Findings


The results of field studies showed that according to the concept of indigenous entrepreneurship, 20 indigenous rural entrepreneurs were identified in Lorestan province, which were different from classical entrepreneurship. This type of entrepreneurship was created in connection with native culture, rural and local resources, and the native knowledge of the region. In terms of capital, indigenous entrepreneurship was created with personal capital, individual ownership, and based on the family workforce. The results of the research on the advantages of native rural entrepreneurship led to the identification of 5 general categories and 38 micro advantages. On this basis, the most important advantages are: 1) the advantages of launching and implementation, including small-scale and easy-to-set aspects, 2) Economic advantages including the need for low capital and the usability of local raw materials, low risk but profitable and providing a hybrid economy (agriculture, tourism, and handicrafts) for the villagers, 3) Cultural advantages including the use of traditional knowledge and transfer to the next generation, cultural values as a product (art and crafts) and the use of indigenous culture (ceremonies and dances, music and songs) and kinship relationships, 4) Social advantages including increasing social participation as an essential element in creating entrepreneurship, considering the benefit of the society and the family, and 5) Environmental advantages including preserving the environment by maintaining native business foundations (land, forest, pasture, etc.), using native land and via sustainable methods as a business (aquaculture, handicrafts, and tourism).

Discussion of Results and Conclusions

Indigenous rural entrepreneurship is the creation, management, and development of new investments by native people for the benefit of the natives themselves. This type of entrepreneurship is created by local entrepreneurs under the influence of local culture and natural environment resources. In Lorestan province, indigenous rural entrepreneurship emphasizes elements such as the use of indigenous resources, cultural values, collective benefit, personal capital, and kinship/family ties. This type of entrepreneurship, due to its small scale and easy start-up aspects, low capital requirements, dependence on native and local culture with its economic and non-economic goals, can be used as an emerging economic driver through the creation of employment, profit and income, preserving livelihood, native culture, and the environment, and contributing to the growth and development of rural areas and sustainable rural development. On the other hand, given that rural native entrepreneurship differs from classical Western entrepreneurship, their goals were different. The competitive advantages of rural native entrepreneurship over classical entrepreneurship are also different. Understanding these advantages can be a stimulus to encourage rural natives to create native rural entrepreneurship.

واکوی مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی روستایی در ایران^۱ (مطالعه موردی: جنوب استان لرستان)

علی اکبر عنابستانی، استاد گروه جغرافیای انسانی و آمایش، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران
anabestani@um.ac.ir

مهرشاد طولابی نژاد* ، پژوهشگر پسا دکترا دانشکده علوم زمین، گروه جغرافیا و آمایش، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران
mehrshad_t65@yahoo.com

چکیده

کارآفرینی بومی روستایی یکی از جوان‌ترین زمینه‌های پژوهشی است که نشان می‌دهد این نوع کارآفرینی با برخی مفروضات اصلی کارآفرینی از نوع کلاسیک (غربی) ناسازگار است. در ایران از جمله در جنوب استان لرستان که میراث فرهنگی غنی و مردمانی بومی دارد تاکنون به موضوع کارآفرینی بومی روستایی و مزیت‌های آن توجهی نشده است. محققان در پژوهش حاضر به‌عنوان یک پژوهش کاربردی سعی بر آن دارند تا ضمن معرفی کارآفرینی بومی، مزیت‌های کارآفرینی بومی روستایی را بررسی کنند. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش توصیفی-تحلیلی است. همچنین، جامعه آماری این پژوهش مدیران کسب‌وکارها و کارآفرینان بومی روستایی شهرستان پلدختر بوده که نمونه‌ها با استفاده از نمونه‌گیری غیراحتمالی و به‌صورت هدفمند (۲۰ نمونه) انتخاب شده است. در این پژوهش برای گردآوری اطلاعات و داده‌ها با توجه به مدل‌ها و هدف‌های پژوهش از مصاحبه با کارآفرینان بومی شناسایی شده و پرسشنامه (طیف لیکرت) استفاده و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از تحلیل توصیفی و آزمون رتبه‌ای هم‌انباشتی نامحدود اکتشافی (روش جوهازن) استفاده شده است. نتایج گویای آن بود که طبق مفاهیم ارائه شده از کارآفرینی بومی در منطقه مطالعه شده ۲۰ کارآفرین بومی روستایی شناسایی شد که با کارآفرینی کلاسیک متفاوت بود. بر اساس مصاحبه‌ها و مطالعات میدانی این نوع کارآفرینی با فرهنگ بومی لرستان، منابع روستایی و محلی، دانش بومی و بدون آموزش خاصی ایجاد شد. همچنین، این نوع کارآفرینی با سرمایه شخصی ایجاد شده، مالکیت فردی و نیروی خانوادگی داشت. نتایج پژوهش در زمینه مزیت‌های کارآفرینی بومی روستایی منجر به شناسایی ۵ دسته کلی و ۳۸ مزیت خردتر شد. بر این اساس، مهم‌ترین مزیت‌ها شامل ۱- مزیت‌های راه‌اندازی و اجرای کارآفرینی بومی روستایی (کوچک‌مقیاس بودن و راه‌اندازی آسان، کم‌هزینه بودن و بی‌نیازی به تخصص زیاد برای اجرا)؛ ۲- مزیت‌های اقتصادی (نیاز به سرمایه کم و قابلیت استفاده از مواد اولیه محلی، کم‌خطر بودن و در عین حال سودآور بودن و فراهم کردن اقتصاد ترکیبی مانند کشاورزی، گردشگری، صنایع دستی برای روستاییان)؛ ۳- مزیت‌های فرهنگی (استفاده از دانش سنتی و انتقال آن به نسل بعدی، ارزش‌های فرهنگی به‌عنوان محصول هنر و صنایع دستی) و استفاده از فرهنگ بومی (مراسم و رقص، موسیقی و آهنگ‌ها) و روابط خویشاوندی در تولید محصولات)؛ ۴- مزیت‌های اجتماعی (افزایش مشارکت اجتماعی به‌عنوان عنصر اساسی در ایجاد کارآفرینی، مدنظر قراردادن منفعت جامعه و خانواده و تأکید بر روابط خویشاوندی به‌عنوان اصلی مهم در کارآفرینی بومی)؛ ۵- مزیت‌های زیست‌محیطی (حفظ محیط با حفظ پایه‌های کسب‌وکار بومی مانند زمین، جنگل، مرتع و غیره، استفاده از زمین بومی و استفاده از شیوه‌های پایدار به‌عنوان یک کسب‌وکار مانند زراعت، پرورش آبزیان، صنایع دستی و گردشگری) بوده است. درنهایت، شناخت این مزیت‌ها می‌تواند به‌عنوان محرکی در راستای تشویق بومیان روستایی برای ایجاد کارآفرینی بومی روستایی باشد.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی بومی روستایی، کارآفرینی کلاسیک روستایی، مزیت‌های رقابتی، جنوب استان لرستان.

۱. این اثر با حمایت مادی صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران کشور (INSF) برگرفته‌شده از طرح شماره «۹۹۰۲۹۲۶۹» انجام شده است.

*نویسنده مسئول - ۰۹۱۶۸۵۷۴۷۳۱

عنابستانی، علی اکبر، طولابی نژاد، مهرشاد. (۱۴۰۲). مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی روستایی در ایران (مطالعه موردی: جنوب استان لرستان). *برنامه‌ریزی فضایی*، ۱۳ (۳)، ۲۸-۱.



مقدمه

سازمان ملل متحد گروه‌های غیرفرهنگی و غیرمتعارف را به دو دسته گسترده‌ای از «مردم بومی» و «اقلیت‌های بومی» تقسیم می‌کند (United Nation, 2009). گروه‌های بومی به‌عنوان گروه‌هایی با شیوه زندگی ابتدایی و ساده که درک متفاوتی از مفاهیم و قوانین بین‌المللی، شیوه‌های کشورهای ملت خود دارند، در کشورهای خود به‌عنوان بومی شناخته و معرفی می‌شوند (Castellino & Doyle, 2018). مردم بومی که موضوع پژوهش حاضر است شامل یک گروه اقلیتی و جامعه‌ای از افراد با ویژگی‌های زبانی، فرهنگی و اجتماعی متمایز هستند که به‌عنوان اولین ساکنان یک قلمرو در کشور خود شناخته شده‌اند (Perdro & Chrisman-James, 2006). این مردم و افراد بومی در سرزمین اجدادی خود با تبار، خودشناسی و پذیرش جامعه، آداب و رسوم و فرهنگ اجدادی خود حفظ را کرده‌اند (Paradies, 2005). انجمن دائمی سازمان ملل متحد درباره مسائل بومی (United Nations Permanent Forum on Indigenous Issues) (2020) برآورد کرد که بیش از ۳۷۰ میلیون نفر فرد بومی در سراسر ۹۰ کشور از جمله در ایران زندگی می‌کنند که سنت‌های ویژه خود و ویژگی‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی خود را حفظ کرده‌اند.

مردم بومی بیشتر با وابستگی به تولید معیشتی و نیز با جامعه روستایی مشخص می‌شوند که به‌طور معمول، در هر منطقه و قاره ساکن هستند (Dana, 2008). با این حال، بیشتر آنها جزء فقیرترین افراد هستند که با فقر مزمن، سطح پایین تحصیلات و سلامت ضعیف مواجه‌اند (Lemo, 2013). این جوامع بومی در سراسر جهان با شیوه‌های مختلف به‌دنبال توسعه اقتصادی و راهی برای دستیابی به هدف‌های فردی و اجتماعی توسعه و غلبه بر وضعیت فقر خود هستند (Abd Rahman et al., 2020). انجمن دائمی سازمان ملل متحد درباره مسائل بومی (2020) و محققانی چون Cachon (2006) Dana & Anderson (2006) Peredo & Chrisman-James (2005) Hindle & Lansdowne (2012) Dana (2015) Croce (2017) و Amiruddin et al. (2020) کارآفرینی بومی را الگویی برای توسعه اقتصادی مردمان بومی ذکر کرده‌اند. همین محققان نیز کارآفرینی بومی را یکی از زمینه‌های نوظهور کارآفرینی ذکر کرده‌اند که متفاوت از کارآفرینی کلاسیک است (Amiruddin et al., 2020). آنها کارآفرینی بومی را به‌عنوان 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 است که امروزه تبدیل به کانون ابتکارات، تلاش‌ها و برنامه‌ها در سطح‌های محلی شده است (Doan, 2022). کارآفرینی بومی بر اساس تعریف اولیه به‌عنوان «ایجاد، مدیریت و توسعه مشاغل جدید از سوی افراد بومی به نفع بومیان» تعریف شده است (Hindle & Lansdowne, 2005). پیشنهاد اولیه درباره کارآفرینی بومی روستایی ارزش‌های بومی را به‌عنوان نیروی محرکه فعالیت‌های کارآفرینی در نظر می‌گیرد؛ در نتیجه کارآفرینی بومی را متفاوت از دیدگاه فردگرایانه کلاسیک می‌بیند که در پیشینه اصلی درباره کارآفرینی ظاهر شده است (Hindle, 2010). این نوع کارآفرینی به روستاییان این فرصت را می‌دهد تا درآمد خودشان را فراهم کنند، شغل ایجاد کنند و در جوامع با روش‌های منطبق با هدف‌هایشان برای توسعه سرمایه‌گذاری کنند (Croce, 2017). کارآفرینی بومی همانند کارآفرینی کلاسیک محرک مهمی برای رشد اقتصادی و ایجاد شغل است که از طرفی، باعث ایجاد نوآوری می‌شود و از طرف دیگر، کمک‌کننده به اقتصاد رقابتی است (Seaman & Bent, 2020). Tamtik (2020) نیز

فعالیت‌های کارآفرینی بومی را به‌عنوان یکی از مهم‌ترین سیاست‌های جدید دولتی برای بهره‌برداری فعال از سرزمین‌ها، روستاها، مردم و دانش‌های بومی آنها معرفی کرد (Tamtik, 2020). این نوع کارآفرینی می‌تواند با مشارکت در توسعه اقتصادی محلی، حمایت از تحولات صنعتی و ارائه راهی جایگزین برای کار از جهت افرادی که در بازار کار یا در جست‌وجوی انعطاف‌پذیری بیشتر هستند، مزایای اجتماعی گسترده‌تری ایجاد کند؛ با این حال سؤال مهم این است که مزیت‌های نسبی رقابتی توسعه کارآفرینی بومی در نواحی روستایی کدام است؟ پاسخ به این سؤال و ارائه مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی روستایی نسبت به کارآفرینی کلاسیک، اصلی‌ترین مسئله‌ای است که محققان در پژوهش حاضر سعی دارند آن را بررسی کنند و سپس مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی روستایی را ارائه دهند.

در ایران برخلاف بیشتر کشورهای دنیا به توسعه کارآفرینی بومی روستایی آن‌چنان که باید توجه نشده است؛ به‌طوری که کارآفرینی بومی روستایی که متفاوت از کارآفرینی کلاسیک روستایی است در ایران ناشناخته باقی مانده است. این در حالی است که کشور ایران و از جمله جنوب استان لرستان و شهرستان پلدختر با قدمت تاریخی، پیشینه فرهنگی و قبایل بومی ذخایر فرهنگی و هنری بومی فراوان دارد 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 قرارگرفتن افراد بومی با کارآفرینی بومی معرفی این نوع کارآفرینی و شناسایی و ارائه مزیت‌های کارآفرینی بومی نسبت به کارآفرینی کلاسیک / غربی است؛ بنابراین با توجه به اینکه ارائه و شناسایی مزیت‌های رقابتی کارآفرینی و شناخت آنها از طرفی، می‌تواند به‌عنوان محرکی در راستای تشویق کارآفرینان روستایی در جنوب استان لرستان باشد و از طرف دیگر، می‌تواند به‌عنوان محرکی برای ایجاد کارآفرینی و توسعه کسب‌وکارهای بومی در این منطقه تلقی شود، محققان پژوهش حاضر کوشیده‌اند تا به این سؤال‌ها پاسخ دهند که ۱- وضعیت کارآفرینی بومی روستایی در جنوب استان لرستان و شهرستان پلدختر چگونه است؟ ۲- از نظر کارآفرینان بومی روستایی در منطقه مطالعه‌شده، مهم‌ترین مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی روستایی در مقایسه با کارآفرینی کلاسیک (غربی) روستایی کدام است؟

پیشینه پژوهش

مطالعات زیادی درباره کارآفرینی روستایی انجام گرفته است؛ اما تاکنون مطالعه‌ای در زمینه کارآفرینی بومی روستایی و بررسی مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی روستایی انجام نگرفته و برای اولین بار است که در ایران مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی روستایی بررسی شده است.

با این حال تنها مطالعه‌ای که در زمینه کارآفرینی بومی روستایی در ایران انجام گرفته پژوهش عنابستانی و طولابی‌نژاد (۱۴۰۳) با عنوان کارآفرینی بومی روستایی: زمینه‌ای نو در تحقیقات روستایی ایران بوده که در این پژوهش آنها کارآفرینی بومی را متفاوت از کارآفرینی کلاسیک / غربی معرفی کرده‌اند که بر عناصری چون استفاده از منابع بومی، ارزش‌های فرهنگی بومی، منفعت جمعی، روابط و سرمایه خانوادگی و پیوندهای خویشاوندی/خانوادگی تاکید دارد. با هدف تامین معیشت خانواده، حفظ محیط زیست، حفظ ارزش‌های فرهنگی و معنوی انجام می‌گیرد.

پژوهش و مطالعات مختلفی در خارج از کشور در زمینه کارآفرینی بومی روستایی و عوامل مؤثر بر توسعه آن انجام گرفته که در ادامه به برخی از پژوهش‌ها اشاره شده است.

[Dana \(2015\)](#) پژوهشی با عنوان «کارآفرینی بومی: زمینه تحقیقاتی نوظهور» انجام داد. Dana در این پژوهش با استفاده از پیشینه کارآفرینی بومی، کارآفرینی بومی را به عنوان یک زمینه از پژوهش‌های نوظهور در کارآفرینی به طور سیستماتیک بررسی کرد. وی به این نتیجه رسید که باید ادراک فرهنگی از فرصت‌ها را به عنوان متغیری که کارآفرینی بومی را آغاز می‌کند، در نظر گرفت؛ یعنی فرهنگ تأثیر قوی بر ایجاد کسب‌وکارها و کارآفرینی بومی دارد.

[Collins et al. \(2017\)](#) پژوهشی با عنوان «فرهنگ بومی و کارآفرینی در مشاغل کوچک در استرالیا» انجام دادند. محققان با استفاده از روش کیفی و مصاحبه عمیق با کارآفرینان بومی، ارتباط فرهنگ و کارآفرینی بومی را در مشاغل کوچک روستایی در استرالیا بررسی کردند. نتایج مطالعه آنان نشان داد که بین فرهنگ بومی و کارآفرینی بومی ارتباط پیچیده و گاه متناقض وجود دارد؛ به طوری که فرهنگ جوامع بومی و ضرورت آن در توسعه کارآفرینی بومی مزیت مهم در توسعه کارآفرینی بومی است.

[James et al. \(2018\)](#) در پژوهشی با عنوان «کارآفرینی بومی به عنوان آرزوهای مردم محلی بومی کانادا» این نوع کارآفرینی را بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که کارآفرینی بومی روستایی بسیاری از مشاغل بومی مانند هر شغل دیگری هستند؛ ولی آنها می‌توانند ویژگی‌های بی‌ظنری مانند تأکید بر هدف‌های مشترک، پیوندهای محکم با زمین و همسویی با فرهنگ، ارزش‌ها و جهان‌بینی جوامع محلی و بومی را داشته باشند.

[Tretiakov et al. \(2020\)](#) در پژوهشی با عنوان «خانواده، جامعه و جهانی شدن: کارآفرینان بومی وایو به عنوان n-فرهنگ‌ها» 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 هستند؛ به طوری که به رفاه جمعی مردم بومی کمک می‌کنند و برخی از نمونه‌های موفق آنها منجر به پایداری کسب‌وکار شده است.

[Tipu & Sarker \(2020\)](#) پژوهشی با عنوان «توسعه یک چارچوب پویای یکپارچه برای کارآفرینی بومی: مورد مطالعه: امارات متحده عربی» انجام دادند. محققان در این پژوهش توسعه چارچوب پویای یکپارچه کارآفرینی بومی روستایی را در امارات متحده عربی بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که مدل‌های کارآفرینی بومی بیشتر بر شاخص‌های زمینه‌ای افراد بومی متمرکز است؛ به طوری که ویژگی‌های فردی کارآفرینان بومی زمینه‌ساز موفقیت آنها می‌شود.

[Tamtik \(2020\)](#) پژوهشی با عنوان «اطلاع‌رسانی سیاست‌های نوآوری کانادا از طریق لنز استعمارزدایی در مورد کارآفرینی و نوآوری بومی» انجام داد. Tamtik در این پژوهش با استفاده از روش‌های مروری و تجربی سیاست کارآفرینی بومی و نوآوری را در مناطق روستایی کانادا بررسی کرد و به این نتیجه رسید که کارآفرینی بومی با توسعه اقتصادی و نوآوری بومی چشمگیری همراه است. همچنین، هدایت برنامه‌های کارآفرینی بومی با زمین و جامعه، آموزش و پرورش، اهمیت بقای آن و تعیین سرنوشت فرهنگی در ارتباط کامل است.

[Molina-Ramírez & Barba-Sánchez \(2021\)](#) پژوهشی با عنوان «تعبیه به عنوان یک عنصر متمایزکننده کارآفرینی بومی: بینش از مکزیک» انجام دادند. محققان در این مطالعه با پژوهش‌های کیفی، استفاده از مصاحبه و نیز با پنج کارآفرین بومی نقش جامعه را به عنوان عنصر متمایز در کارآفرینی بومی مکزیک بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که عواملی چون نقش، هویت، اشتراک (شیوه زندگی جمعی) و جهان‌بینی به طور مثبتی به دستاوردهای پروژه

کارآفرینی کمک می‌کنند و بر خود جامعه نیز اثر می‌گذارند. آنها توصیه‌هایی برای عوامل مختلف اقتصادی و اجتماعی دربارهٔ حمایت از پایداری جوامع بومی و حفاظت از فرهنگ و میراث تاریخی کارآفرینان بومی ارائه دادند.

[Akanbi \(2021\)](#) پژوهشی با عنوان «تأثیر فعالیت‌های کارآفرینی بومی و پایداری معیشتی در جنوب غربی نیجریه» انجام داد. Akanbi در این مطالعه با استفاده از روش پیمایشی تأثیر فعالیت‌های کارآفرینی بومی را بر پایداری معیشت روستایی در جنوب غربی نیجریه بررسی کرد. نتایج نشان داد که کارآفرینی بومی از طرفی، به‌طور چشمگیری به تولید اشتغال و معیشت پایدار (بقا، منابع درآمدی، نیازهای زندگی و غیره) کمک می‌کند و از طرف دیگر، فعالیت‌های آن به‌طور فراوانی، سلامت انسان (کاهش استرس، سلامت و کاهش فقر) را بهبود می‌بخشد. در نهایت، Akanbi اینگونه بیان کرد که برای تحقق بیشتر این امر باید عواملی چون شناسایی مزیت‌ها، سیاست‌ها و انگیزه‌هایی که باعث تشویق کارآفرینی بومی می‌شود، تدوین شود.

[Padilla-Meléndez et al. \(2022\)](#) پژوهشی با عنوان «کارآفرینی بومی مسائل جاری و خطوط آینده» انجام دادند. محققان در این مطالعه زمینه پژوهش‌های کارآفرینی بومی و پیشینه آن را به‌عنوان یک حوزهٔ نوظهور امیدوارکننده از پژوهش‌های اقتصادی معرفی کردند که مزیت‌هایی غیر از درآمد و ایجاد اشتغال برای افراد بومی دارد و در نهایت، این مزیت‌ها ممکن است فرهنگی، محیطی، معنوی و اجتماعی باشد.

مبانی نظری

کارآفرینی بومی و زمینهٔ تاریخی آن

کارآفرینی بومی یکی از زمینه‌های نوظهور کارآفرینی است که در دهه‌های اخیر به آن توجه شده و به‌دنبال آن پژوهش‌هایی دربارهٔ کارآفرینی بومی در پیشینه شروع شده است. محققان در هر دو دسته کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته طرفدار الگوی اقتصاد بومی و نظریهٔ کسب‌وکارهای بومی «کارآفرینی بومی» را به‌عنوان الگویی برای توسعهٔ جوامع بومی ذکر کرده‌اند.

زمینهٔ تاریخی کارآفرینی بومی و علاقهٔ اولیه به کارآفرینی بومی را می‌توان در مقاله‌هایی مانند [Dana \(1988\)](#) مشاهده کرد. Dana در این مقاله‌ای با عنوان «توجه بین‌المللی: کسب‌وکارهای کوچک بیشتر جوابی برای پرو نیست» تعامل مبهم افراد بومی را در فعالیت‌های کارآفرینی بر تظاهرات تاریخی و تحریف اکوسیستم کارآفرینی از سوی تمدن غربی متهم کرد. بعد از انتشار مقالهٔ Dana، سایر مقاله‌ها در این مجموعه که پیش از سال 2004 دربارهٔ کارآفرینی بومی ارائه شده بود براساس مقالهٔ [Dana \(1988\)](#) ارائه شد. علاوه بر این، مطالعات بسیاری از سال‌های 2004 تا 2010 دربارهٔ این موضوع ارائه شد؛ مانند مطالعاتی چون [Anderson \(2002\)](#)، [Anderson & Giberson \(2003\)](#)، [Dana & Anderson \(2006\)](#)، [Peredo & Anderson \(2006\)](#)، [Dana \(2007\)](#)، [Hindle & Moroz \(2007; 2010\)](#)؛ با این حال گفته می‌شود عنوان «به‌سوی تئوری کارآفرینی بومی» [Peredo et al. \(2004\)](#) نقش مهمی در پیشبرد زمینه کارآفرینی بومی و تلاش‌های اولیه داشته است. از نظر مکانی مواردی چون اهمیت، زمینه، محل، تاریخ و موضوع کارآفرینی بومی در ابتدا در استرالیا، نیوزیلند و جزایر اقیانوس آرام، و بعد به‌آرامی در کشورهای دیگر گسترش یافت ([Mika et al., 2017](#)). به همین ترتیب، محققان در کشورهای مختلف کارآفرینی بومی را مطالعه کردند و سپس تعریف‌هایی نیز از آن ارائه شد.

کارآفرینی بومی برگرفته از الگوی اقتصاد بومی است. براساس تعریف‌های نظریه‌پردازانی چون [Morley \(2014\)](#) اقتصاد بومی به‌عنوان دخالت مردم بومی در استخدام، ایجاد کسب‌وکار، دارایی و ایجاد ثروت در جوامع و مناطقی تعریف شده است که در آن زندگی می‌کنند. در واقع، اقتصاد بومی به‌معنای توسعه اقتصاد جوامع از سوی خود بومیان است. [Hunter \(2018\)](#) اعتقاد بر این داشت که توسعه اقتصادی بومی با بومیان این است که بومیان خود کسب‌وکارهای خصوصی و یا کسب‌وکارهای مبتنی بر جامعه را اداره کنند.

کارآفرینی بومی براساس تعریف اولیه نظریه‌پردازان الگوی بومی شامل ایجاد کسب‌وکار 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 می‌شود [\(Altman, 2004\)](#) به‌گفته [Dana & Anderson \(2006\)](#) که از محققان اصلی نظریه‌های کارآفرینی بومی هستند، کارآفرینی بومی ایجاد شغل و فرصت‌های شغلی برای جوامع بومی است [\(Dana & Anderson, 2006\)](#). [Mika et al. \(2017\)](#) کارآفرینی بومی را به‌عنوان راهکارهای پایدار کسب‌وکار برخاسته از خود جوامع بومی و فرهنگ آنها معرفی کرده است. در پیشینه دانشگاهی نیز کارآفرینی بومی به‌عنوان «ایجاد، مدیریت و توسعه مشاغل جدید از سوی افراد بومی به‌نفع بومیان» تعریف شده است [\(Hindle & Lansdowne, 2005\)](#). همچنین، کارآفرینی بومی را می‌توان به‌عنوان مفهوم مدیریت و توسعه فرآیندهای کسب‌وکار جدید درک کرد که در آن افراد بومی به‌دنبال تأمین معیشت و کسب سود هستند [\(Collins et al., 2017\)](#). [Daffy \(2011\)](#) کارآفرینی را یک مفهوم گسترده‌ای برای توسعه کسب‌وکار و سود تعریف می‌کند که با اصطلاح کارآفرینی عمومی متفاوت است. در این تعریف کارآفرینی بومی شامل استفاده از دانش بومی، فرهنگ محلی در فعالیت‌های اقتصادی و کسب‌وکار است. کارآفرینی بومی باید شامل دانش مرتبط با فرهنگ و دارایی‌های غیراقتصادی باشد. در تعریف [Abd Rahman et al. \(2020\)](#) کارآفرینی بومی تلاش‌های تجاری است که افراد بومی یا جوامع بومی در ارتباط با فرهنگ و ارزش‌های فرهنگی ایجاد می‌کنند تا معیارهای اقتصادی خود را بهبود بخشند؛ ولی هدف اقتصادی و کسب سود، هدف نهایی کارآفرینی بومی نیست [\(Abd Rahman et al., 2020\)](#). کارآفرینی بومی با مشارکت بومیان در کسب‌وکارهای بومی و محلی برای تأمین درآمد، ایجاد اشتغال و ثروت و حفظ محیط زیست به خودکفایی بومیان می‌پردازد [\(Olowo et al., 2022\)](#). مطالعات کارآفرینی بومی بر زمینه اجتماعی-فرهنگی برخی مناطق جغرافیایی و نیز در سطح با ترکیب هدف‌های اقتصادی و اجتماعی متمرکز است [\(Padilla-Meléndez et al., 2022\)](#). براساس این تعریف کارآفرینی بومی برخلاف کارآفرینی کلاسیک تنها به‌دنبال کسب سود نیست، بلکه هدف‌های فرهنگی، معیشتی و پایداری زیست‌محیطی نیز دارد.

منبع اصلی کارآفرینی بومی، سرمایه اجتماعی، مشارکت اعضای خانواده و ارتباط و تعامل کارآفرینان بومی با منابع طبیعی و کارآفرینان غیربومی است [\(Mika et al., 2017\)](#). [Gallagher & Lawrence \(2012\)](#) کارآفرینی بومی را یک مکانیسم اقتصادی / غیراقتصادی مفید برای افراد بومی معرفی کردند و نشان دادند که کارآفرینی بومی به‌دلیل سازگاری با فرهنگ و هویت بومی موضوعی مهم برای توسعه اقتصادی و نیز به‌عنوان راهی برای کمک به هدف‌های فردی و اجتماعی مردم بومی و غلبه بر وضعیت فقر بومیان است.

در زمینه کارآفرینی بومی روستایی نیز می‌توان گفت که این نوع کارآفرینی بومی مخصوص جوامع بومی و روستایی است که در بافت‌های یک جامعه روستایی مستقر شده است؛ یعنی جایی که شیوه زندگی سنت و مدرنیته را با یکدیگر

ترکیب می‌کند (Lee-Ross & Mitchell, 2007). کارآفرینی بومی روستایی شامل ایجاد کسب‌وکار و فعالیت‌هایی است که در یک مکان خاص روستایی تعبیه و در شبکه‌های خویشاوی نزدیک جاسازی شده است؛ مانند هنرهای دستی، صنایع دستی و موسیقی (Coria & Calfucura, 2012). مدل کارآفرینی بومی روستایی جوامعی را توصیف می‌کند که بیشتر مبتنی بر کشاورزی و دامداری هستند و شیوه زندگی آنها با زمین و منابعی که در اختیار دارند، مرتبط است (Croce, 2017). همچنین، این مدل به دنبال هماهنگی و گنجاندن ارزش‌های کسب‌وکار و فرهنگی در جوامع روستایی است (Mika et al., 2017). Foley & O'Connor (2013) نشان دادند که فعالیت‌های کارآفرینی بومی روستایی بیشتر طبقه متوسط و پایین روستایی را به صورت دولتی مستقل درمی‌آورد که تولید و درآمد آنها را تقویت می‌کند و با احیای جوامع بومی و توسعه کسب‌وکارها بهار اقتصادی را برای روستاییان به ارمغان می‌آورد.

تفاوت بین کارآفرینی بومی و کارآفرینی کلاسیک و مزیت‌های آن

Yap et al. (2022) گزارش دادند که کارآفرینان بومی روستایی متفاوت از کارآفرینان غیربومی هستند. برای کارآفرینان بومی انگیزه‌ها ناشی از برنامه جانشین‌پروری و توجه به نسل‌های آینده است تا نسل آینده مجبور نباشند سختی‌هایی را پشت سر بگذارند که خود آنها متحمل شده‌اند. Hindle & Moroz (2010) از مفهوم کارآفرینی بومی به عنوان یک زمینه جداگانه از کارآفرینی کلاسیک بحث می‌کنند؛ یعنی جایی که نیاز به آشتی تاریخ و درک ارزش‌های بومی است. از این منظر، کارآفرینی بومی اغلب با تاریخ مردم بومی که ممکن است با استعمار مختل شده باشد، هماهنگ شده است. حال اینکه کارآفرینی کلاسیک (از نوع غربی) با تولید و کسب سود هماهنگ تر است. Daffy (2011) کارآفرینی را یک مفهوم گسترده‌ای برای توسعه کسب‌وکار و سود تعریف می‌کند.

Abd Rahman et al. (2020) نشان دادند که کارآفرینی کلاسیک یا غربی، نوعی از کارآفرینی است که در مواجهه با خطر یا عدم اطمینان برای دستیابی به سود و رشد اقتصادی با استفاده از شناسایی فرصت‌های قابل توجه و با تکیه بر سرمایه‌گذاری ایجاد می‌شود؛ با این حال کارآفرینی بومی تلاشی تجاری با افراد بومی یا جوامع بومی است که در ارتباط با فرهنگ، ارزش‌های فرهنگی آنان ایجاد شده است. در کارآفرینی بومی هدف نهایی کسب سود نیست (Abd Rahman et al., 2020).

جدول ۱: تفاوت بین کارآفرینی بومی و کارآفرینی کلاسیک (از نوع غربی)

Table 1: Difference between Indigenous entrepreneurship and classical entrepreneurship (from western type)

کارآفرینی بومی	کارآفرینی کلاسیک (غربی)
■ تمرکز اصلی آن بر مردم است و بر ایشیا نیست.	■ تمرکز اصلی آن بر ایشیا و تولید است.
■ هدف کارآفرینی بومی حفظ ارزش‌های فرهنگی، محیط زیست و تأمین معیشت بومیان است.	■ هدف کارآفرینی کلاسیک تولید و کسب سود است.
■ بر جنبه‌های زیست‌محیطی، فرهنگی / اجتماعی و اقتصادی تأکید می‌شود.	■ بر جنبه‌های اقتصادی تأکید می‌شود.
■ تحت تأثیر فرهنگ و جامعه است.	■ تحت تأثیر عوامل اقتصادی است.
■ منفعت جمعی، خانواده و جامعه مدنظر است.	■ بیشتر منفعت شخصی مدنظر است.
■ عنصر اساسی سرمایه اجتماعی و جامعه است.	■ عنصر اساسی سرمایه اقتصادی و مالی است.
■ به شیوه زندگی بومی و روابط خویشاوندی وابسته است.	■ زیر سلطه سرمایه و نوآوری قرار دارد.

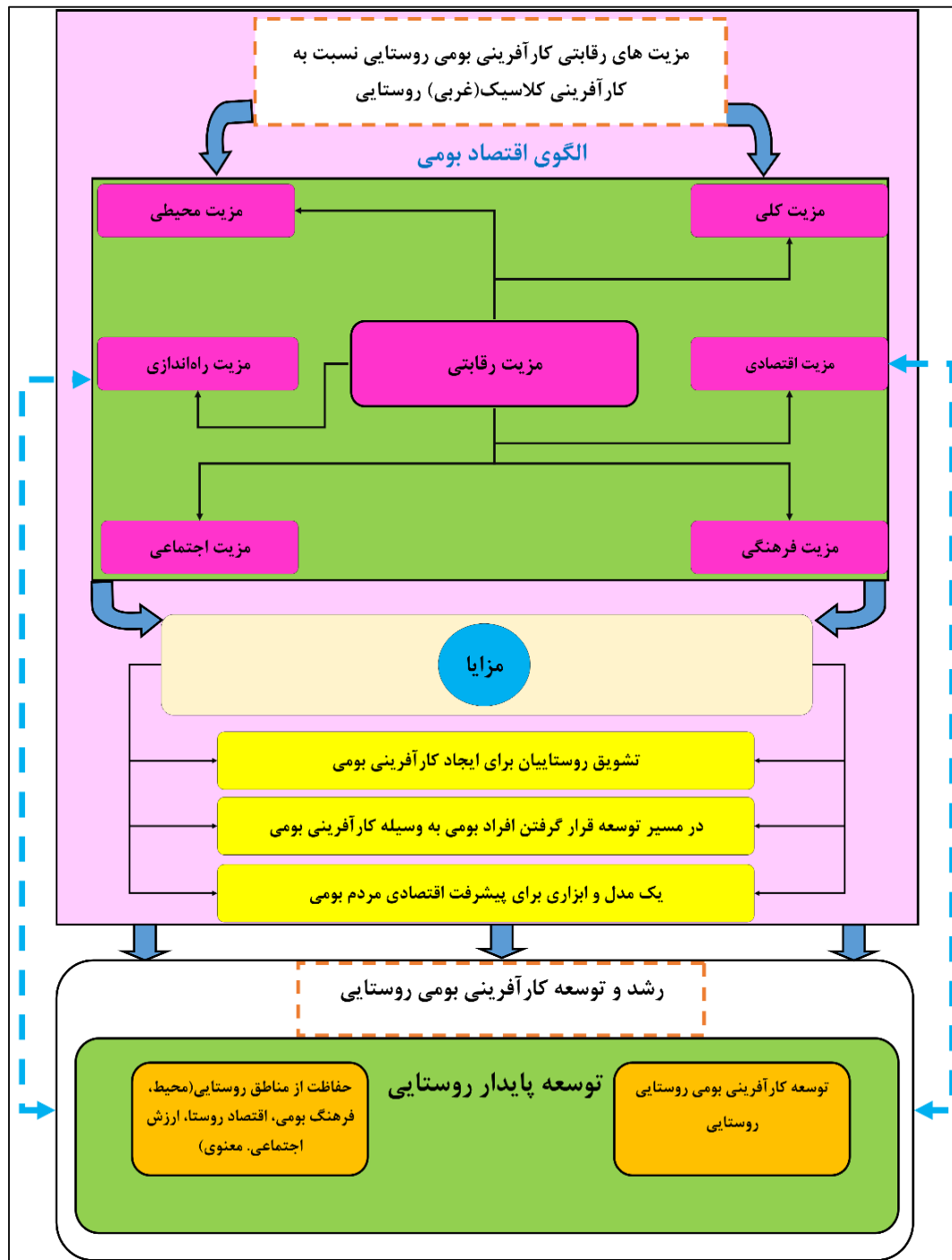
منبع: یافته‌های محقق، براساس پژوهش‌های کارآفرینی بومی

مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی روستایی نیز همانند تعریف‌های متعدد آن ممکن است با کارآفرینی بومی متفاوت باشد. در واقع، کارآفرینی بومی و از جمله کارآفرینی بومی روستایی با کارکردها و پیامدهای مثبت خود در بسیاری از کشورها به‌عنوان راه‌حلی اساسی برای رفع بسیاری از مشکلات و بحران‌های داخلی و برای باقی ماندن در عرصه رقابت‌های جهانی مطرح شده است. همچنین، از این کارکردها و پیامدهای مثبت به‌عنوان مزایای رقابتی کارآفرینی در همه دنیا یاد می‌شود.

[Akanbi \(2021\)](#) درباره مزیت‌های کارآفرینی بومی روستایی اظهار کرد که استفاده و کاربرد برخی از جنبه‌های فرهنگ بومی مانند زبان، مراسم و رقص، آهنگ‌ها و روابط خویشاوندی در تولید محصولات و کالاهای بومی نقش اساسی دارند و مزیت فرهنگی همان حلقه گشده در کارآفرینی کلاسیک است. [Hansen & Brown \(2016\)](#) توضیح دادند که در همه جوامع بومی، توسعه اقتصادی و کارآفرینی بومی تحت تأثیر ارتباط‌های روابط اجتماعی خاص، نهادهای حاکم بر جامعه بومی و ارزش‌های اجتماعی قرار می‌گیرند که هدف‌های کارآفرینی نیز باتوجه به این ویژگی‌ها و ارزش‌ها و مزیت‌های اجتماعی نیز متفاوت و مختلف است. [Monbiot \(2019\)](#) سرمایه اجتماعی افراد و جامعه را عنصر اساسی در ایجاد کارآفرینی بومی دانست و معتقد بود که این عنصر مزیت مهم کارآفرینی بومی در مقایسه با کارآفرینی کلاسیک است. [Smith & Hunt \(2018\)](#) درباره کارآفرینی بومی اظهار کردند که در کارآفرینی بومی، دانش و ارزش‌های بومی براساس تاریخ، تجربه زندگی، ارتباط با جامعه و جغرافیا / مکان با هدف‌های اقتصادی ترکیب می‌شوند. در واقع، در کارآفرینی بومی مزیت‌های اقتصادی تکمیل‌کننده و وابسته به مزیت‌های اجتماعی، زیست‌محیطی، فرهنگی و معنوی است. همچنین، در این نوع از کارآفرینی تنها بر بعد اقتصادی (سود، درآمد، اشتغال و غیره) تأکید نمی‌شود، بر بعد زیست‌محیطی، اجتماعی، فرهنگی و معنوی نیز تأکید می‌شود. سازمان همکاری توسعه اقتصادی ([Organization for Economic Cooperation and Development \(OECD\) \(2021\)](#)) که در بین سازمان‌های جهانی بیشترین مطالعات را در زمینه کارآفرینی بومی روستایی داشته است در گزارش خود، مزیت این نوع از کارآفرینی را نسبت به کارآفرینی کلاسیک احترام گذاشتن و مقدس دانستن محیط زیست و منابع طبیعی ازسوی مشاغل بومی ذکر کرده است. [Yap et al. \(2022\)](#) مزیت مهم کارآفرینی بومی روستایی را مواردی چون تأمین راحت منابع مالی و پشتیبانی، آموزش سنتی و نسل‌به‌نسل فعالیت‌های بومی ذکر کرده‌اند. [Durette \(2018\)](#) و [Hindle & Lansdowne \(2005\)](#) برخی از مزیت‌های کلی که راه‌اندازی و ایجاد کارآفرینی بومی را به دنبال دارد مواردی چون ۱- راه‌اندازی آسان و درمقیاس کوچک کسب‌وکارها؛ ۲- انحصاری و غیرشرکتی بودن کارآفرینی بومی؛ ۳- متمرکز بودن بر مردم نه بر اشیا و سود اقتصادی؛ ۴- مالکیت انفرادی کارآفرینی بومی؛ ۵- فراهم کردن امکان سرمایه‌گذاری کارآفرینان بومی در زیرساخت‌های محلی؛ ۶- آسان و ارزان قیمت بودن کارآفرینی بومی روستایی برای اجرا به‌عنوان مزیت‌های کلی راه‌اندازی و اجرای کسب‌وکار بومی ذکر کرده‌اند که تمامی موارد فوق با ویژگی‌های بی‌نظیر کارآفرینی بومی مرتبط است.

براساس الگوی اقتصاد بومی و گزارش سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (2019) هدف از ارائه مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی در مقایسه با کارآفرینی کلاسیک نه تنها افزایش میزان راه‌اندازی کسب‌وکارها و ایجاد مشاغل

بومی است، محرکی برای بهبود کیفیت مشاغل بومی ایجاد شده نیز است. همچنین، ارائه مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی روستایی برای معرفی منافع اقتصادی، زیست‌محیطی، معنوی، فرهنگی و اجتماعی حاصل از توسعه آن مهم است؛ بنابراین تمرکز اصلی ارائه این مزیت‌ها تشویق بیشتر برای توسعه کارآفرینی بومی، اجرای سیاست‌های کارآفرینی بومی، حفظ، توسعه، پایدارسازی و ارتقا کارآفرینی بومی در مناطق روستایی است.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش، ۱۴۰۱ (منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱)

Figure 1: Conceptual model of research, 2022

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر براساس هدف از نوع پژوهش‌های کاربردی است؛ چون در آن واقعیت زندگی مناطق روستایی (کارآفرینی بومی روستایی) بررسی می‌شود. همچنین، براساس ماهیت و روش انجام‌دادن از نوع پژوهش‌های توصیفی-تحلیلی است؛ زیرا در آن وضعیت کارآفرینان بومی منطقه و مزیت‌های آن توصیف می‌شود. روش‌های گردآوری اطلاعات در این پژوهش به‌طور کلی به دو دسته کتابخانه‌ای و میدانی است. بدین صورت که برای گردآوری اطلاعات درباره‌ی رویکردها، مبانی نظری و متغیرهای مختلف پژوهش، مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی روستایی و پیشینه پژوهش از روش‌های کتابخانه‌ای و اینترنت که همگی منابع لاتین بوده است، استفاده و برای بررسی وضعیت کارآفرینی بومی روستایی در جنوب استان لرستان و نیز برای گردآوری داده‌ها درباره‌ی شناسایی مزیت‌های نسبی رقابتی از جهت توسعه کارآفرینی بومی در نواحی روستایی منطقه مطالعه شده از روش میدانی و پیمایشی استفاده شد. این داده‌ها و اطلاعات با استفاده از پرسشنامه محقق ساخت و مصاحبه با مدیران کسب‌وکارهای محلی گردآوری شد. پرسشنامه استفاده شده شامل سؤال‌هایی در طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای بود که از آن برای شناسایی مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی استفاده شد. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل مدیران کسب‌وکارها و کارآفرینان بومی روستایی شهرستان پلدختر بوده است. در پژوهش حاضر نمونه‌ها با استفاده از نمونه‌گیری غیراحتمالی و به صورت هدفمند که شامل ۲۰ نمونه بود، انتخاب شد. برای بررسی وضعیت کارآفرینی بومی روستایی در جنوب استان لرستان و شهرستان پلدختر از بررسی میدانی محقق استفاده و سپس وضعیت کارآفرینی بومی روستایی شهرستان پلدختر و نوع کارآفرینان آن شناسایی شد. همچنین، برای بررسی مهم‌ترین زمینه‌ها، مزیت‌ها و فرصت‌های رقابتی از جهت کارآفرینی بومی روستایی ابتدا از روش تجربی و مطالعات انجام‌گرفته در زمینه کارآفرینی بومی روستایی استفاده و سپس مزیت‌ها و فرصت‌های کارآفرینی بومی روستایی نسبت به کارآفرینی کلاسیک شناسایی شد و در ادامه، برای تعیین اهمیت هر یک از مزیت‌ها و فرصت‌ها، پرسشنامه‌ای تهیه و برای تجزیه و تحلیل داده‌های این قسمت در منطقه مطالعه شده نیز از نظر مدیران و صاحبان کسب‌وکارهای روستایی و آزمون هم‌انباشتگی نامحدود اکتشافی (Unrestricted Cointegration) (Rank Test (Trace) (روش Johansen) استفاده شد.

در مطالعه حاضر میزان روایی ابزار سنجش با استفاده از روایی محتوا و نیز با استفاده از نظر کارشناسان و استادان دانشگاه‌ها در رشته‌های مختلف از جمله اقتصاد، علوم اجتماعی و جغرافیا تأیید شد. همچنین، در این پژوهش برای سنجش پایایی از یک نمونه اولیه (شامل ۵ پرسشنامه) پیش‌آزمون گرفته و سپس میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ محاسبه شد. برای این امر کلیه گویه‌های پرسشنامه‌ها (سؤال‌ها و گویه‌های مختلف درباره‌ی مزیت‌های رقابتی) بررسی شد. نتایج آلفا برای گویه‌های پرسشنامه در جدول ۲ و باتوجه به آلفای به‌دست‌آمده کل ۰/۹۰ ارائه شده است.

جدول ۲: میزان آلفای محاسبه‌شده برای هریک از متغیرهای پژوهش

Table 2: The calculated alpha rate for each of the research variables

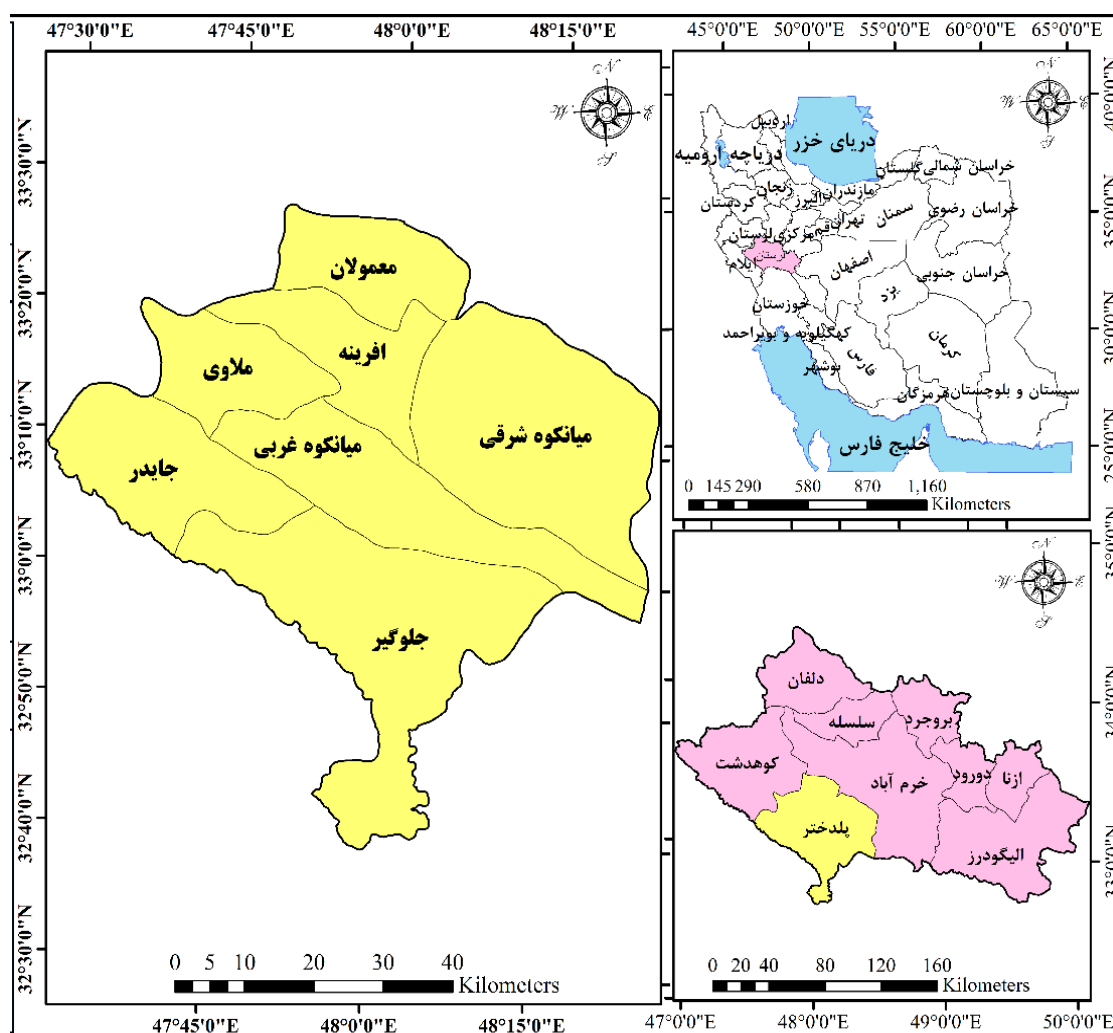
میزان آلفای کرونباخ	تعداد گویه (نماگر)	مؤلفه
۰/۹۶	۹	مزیت کلی ایجاد (راه‌اندازی، اجرا و مدیریت کسب‌وکار بومی)
۰/۹۴	۹	مزیت اقتصادی
۰/۸۹	۶	مزیت فرهنگی
۰/۸۸	۶	مزیت اجتماعی
۰/۸۶	۸	مزیت زیست‌محیطی
/۹۰	۳۸	پایایی کل

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

منطقه مطالعه‌شده

منطقه مطالعه شده جنوب استان لرستان به خصوص شهرستان پلدختر است. شهرستان پلدختر با مساحتی حدود ۳۸۶۳ کیلومتر مربع در جنوب استان لرستان بین ۴۷ درجه و ۲۵ دقیقه تا ۴۸ درجه و ۲۲ دقیقه طول شرقی و ۳۲ درجه و ۳۷ دقیقه تا ۳۳ درجه و ۳۰ دقیقه عرض شمالی در نصف‌النهار گرینویچ واقع شده است. وجه تسمیه شهر پلدختر به دلیل وجود پلی از دوره تاریخی ساسانی بر روی رودخانه کشکان است که به پل «کُر و دت» (پلدختر) معروف بوده و این نام به شهر مذکور نیز اطلاق شده است. این شهرستان از شمال به شهرستان دوره، از شمال غرب به شهرستان کوهدشت، از شرق و شمال شرق به شهرستان خرم‌آباد، از جنوب به استان خوزستان و از غرب و جنوب غرب به استان ایلام محدود است (شکل ۲). براساس آخرین تقسیمات کشوری و استانی در سال ۱۳۹۴ این شهرستان شامل ۲ بخش، ۲ شهر، ۷ دهستان و ۲۶۶ روستا با سکنه دائمی بوده که مرکز آن شهر پلدختر است (سالنامه آماری استان لرستان، ۱۳۹۴: ۷-۱۲). از مجموع ۷ دهستان، ۳ دهستان معمولان، افرینه و میانکوه شرقی در بخش معمولان و ۴ دهستان ملاوی، جایدرد، میانکوه غربی و دهستان جلوگیر در بخش مرکزی شهرستان پلدختر مستقر شده است. براساس سرشماری نفوس و مسکن ۱۳۹۵ این شهرستان ۷۳،۷۴۴ نفر جمعیت دارد که از این تعداد ۳۴،۰۰۸ نفر در نواحی شهری و ۳۹،۳۳۸ نفر (۱۱،۲۸۹ خانوار) در نواحی روستایی سکونت داشته‌اند؛ به طوری که شهرستان پلدختر با اختصا ص حدود بیش از ۵۰ درصد جامعه روستایی، حدود دو برابر میانگین کشوری (۲۵/۹ درصد) جمعیت روستایی را در خود جای داده است. امرار معاش بیشتر خانوارهای منطقه وابسته به کشاورزی و دامداری و بیشتر به طور سنتی است.

۱. در زبان لری «کُر» به معنای پسر و «دت» به معنای دختر است.



شکل ۲: نقشه منطقه مطالعه شده (منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱)

Figure 2: Map of the study area

یافته‌های پژوهش و تجزیه و تحلیل

بررسی مشخصات فردی و زمینه‌ای کارشناسان محلی / مدیران کسب و کارهای بومی روستایی و کارآفرینان بومی در منطقه مطالعه شده برای پاسخگویی به سؤال‌های انتخاب شده نشان داد که بیشتر پاسخگویان بررسی شده مرد و متأهل بوده‌اند. وضعیت تحصیلات بیش از ۷۰ درصد آنها نیز لیسانس و یا فوق لیسانس بوده است. از نظر تنوع سنی آنها مختلف و متفاوت بوده‌اند؛ به طوری که بین ۳۰ تا ۵۰ سال داشته‌اند؛ با این حال بیشتر فراوانی مربوط به گروه سنی ۳۰ تا ۴۰ سال بوده که نشان دهنده جوان بودن و وضعیت سنی پاسخگوین است. از نظر رشته تحصیلی نیز یافته‌های توصیفی نشان داد که پاسخگویان از رشته‌های مختلف تحصیلی چون کارآفرینی، کشاورزی، جامعه‌شناسی، ادبیات فارسی، جغرافیا، علوم اجتماعی و مدیریت هستند. اطلاعات و مشخصات کامل فردی و زمینه‌ای کارشناسان گروه دوم (محلی) به صورت خلاصه در جدول ۳ آورده شده است.

جدول ۳: ویژگی‌های فردی و زمینه‌ای کارآفرینان و کارشناسان محلی

Table 3: Individual and contextual features of local entrepreneurs and experts

وضعیت تحصیلات				وضعیت تأهل		جنسیت		
دکتر	فوق‌لیسانس	لیسانس	دیپلم / فوق‌دیپلم	متاهل	مجرد	مرد	زن	
۴	۸	۶	۲	۱۵	۵	۱۷	۳	تعداد
۲۰	۴۰	۳۰	۱۰	۷۵	۲۵	۸۰	۲۰	درصد
سن (سال)								
۵۰ به بالا			۴۱ تا ۵۰	۳۶ تا ۴۰		۳۰ تا ۳۵		
۳			۵	۷		۵		تعداد
۱۵			۲۵	۳۵		۲۵		درصد
رشته تحصیلی								
مدیریت	علوم اجتماعی	جغرافیا	شیمی	جامعه‌شناسی	کشاورزی	کارآفرینی		
۴	۲	۲	۱	۳	۴	۴		تعداد
۲۰	۱۰	۱۰	۵	۱۵	۲۰	۲۰		درصد
سابقه فعالیت کارآفرینی / کسب‌وکار یا مدیریت روستایی (سال)								
۱۶ به بالا			۱۱ تا ۱۵	۶ تا ۱۰	۲ تا ۵			
۴			۳	۵	۸			تعداد
۲۰			۱۵	۲۵	۴۰			درصد
۱۵ کارآفرین / کارآفرین محلی برای شناسایی مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی روستایی								

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

وضعیت موجود کارآفرینی و کارآفرینان بومی در جنوب استان لرستان

بر اساس پژوهش‌های سازمان همکاری تو سعه اقتصاد صادی (۲۰۲۱) کارآفرینی بومی روستایی در یک محیط بومی روستایی براساس نوع کسب‌وکار و فعالیت‌های مرتبط با فرهنگ و منابع محلی شکل می‌گیرد که در این نوع از کارآفرینی از نظر سرمایه تأکید بر سرمایه شخصی و مدیریت فردی و خانوادگی است. بر این اساس، مصاحبه با کارآفرینان روستایی و بررسی میدانی محقق از روستاهای شهرستان پلدختر (در راستای سؤال اول پژوهش) منجر به شناسایی ۲۰ نوع کارآفرینی (منطبق با ویژگی‌های کارآفرینی بومی روستایی منطبق) شد. این بررسی نشان داد که فعالیت‌های شناسایی شده همگی در ارتباط با فرهنگ بومی لرستان، منابع روستایی و محلی، دانش بومی و بدون آموزش خاصی ایجاد شده است.

دسته‌بندی کارآفرینی بومی در جنوب استان لرستان و به‌ویژه شهرستان پلدختر نشان می‌دهد که کارآفرینی بومی روستایی در این منطقه شامل فعالیت‌هایی چون کشاورزی و دامپروری به شیوه بومی، آبی‌پروری به صورت ابتدایی، صنایع دستی و سوغاتی، پرورش قارچ، گردشگری بومی، کمپ بوم‌گردی محلی، اقامتگاه بوم‌گردی محلی، کشاورزی و پرورش نشا انواع محصولات سالانه، دامپروری (پرورش کبک بومی به روش سنتی و با کبک‌های محلی)، گردشگری

بومی، صنایع هنری و فرهنگی (صنایع دستی، گلیم، فرش لری، تولید سبد و تزئینات خانگی) و زنبور عسل است که همگی با منابع محیطی و محلی، فرهنگ و ارزش‌های قوم لر و دانش بومی / محلی روستاییان مرتبط و وابسته است. بررسی ویژگی‌های کارآفرینی بومی روستایی در جنوب استان لرستان نشان داد که کارآفرینی بومی در این منطقه از نظر سرمایه (برای ایجاد فعالیت‌ها و راه‌اندازی کارآفرینی بومی) با استفاده از سرمایه شخصی و خانوادگی بوده است. از نظر نیروی کار از نیروی کار خانوادگی بهره گرفته شده است. نوع مالکیت نیز شخصی و خانوادگی بوده است. مدیریت کسب‌وکارها نیز به صورت مدیریت شخصی و خانوادگی بوده است. مهم‌ترین ویژگی‌های این نوع فعالیت‌های شناسایی شده که به اسم کارآفرینی بومی روستایی شناخته می‌شوند، سنتی بودن کسب‌وکارها و ارتباط با زمین بومی، ضرورت گرابودن برای تأمین معیشت، ترکیب کسب‌وکار با منابع محلی و فرهنگ بومی بوده که هدف آنها رفع نیازهای خانواده و تأمین معیشت خانواده بوده است (جدول ۴).

جدول ۴: وضعیت موجود کارآفرینی و کارآفرینان بومی روستایی در جنوب لرستان

Table 4: Status of Entrepreneurship and indigenous rural entrepreneurs in south Lorestan

ردیف	نوع کارآفرینی	تعداد	سابقه ایجاد	نوع سرمایه	مالکیت / مدیریت	نیروی کار
۱	کشاورزی و دامپروری	۳	۱۴	شخصی + اعتبارهای خرد	خانوادگی	فردی / غیرفردی
			۵	شخصی	خانوادگی	فردی
			۳	شخصی	خانوادگی	فردی
۲	آبزی پروری	۲	۷	شخصی	خانوادگی	فردی
			۴	شخصی	خانوادگی	فردی
۳	صنایع دستی و سوغاتی	۱	۳	شخصی + اعتبارهای خرد	خانوادگی	فردی / غیرفردی
۴	پرورش فارچ محلی	۲	۷	شخصی	خانوادگی	
۵	گردشگری (کمپ گردشگری)	۱	۹	شخصی	خانوادگی	فردی / غیرفردی
۶	کمپ بوم‌گردی محلی	۱	۵	شخصی	خانوادگی	فردی
۷	کشاورزی و پرورش نشا برای فروش	۲	۸	شخصی + دولتی	خانوادگی	فردی / غیرفردی
۸	دامپروری (پرورش کبک بومی)	۱	۳	شخصی	خانوادگی	فردی
۹	گردشگری بومی	۱	۳	شخصی	خانوادگی	فردی
۱۰	هنری و فرهنگی (صنایع دستی)	۱	۲	شخصی	خانوادگی	فردی
			۷	شخصی	خانوادگی	فردی
۱۱	زنبور عسل	۱	۹	شخصی	خانوادگی	فردی
۱۲	دامپروری (پرورش گوسفند / بز لری)	۲	۶	شخصی	خانوادگی	فردی
۱۳	کشت گلخانه‌ای (کشت گل رز)	۲	۷	شخصی	خانوادگی	فردی / غیرفردی
			۳	شخصی / اعتبارهای خرد	خانوادگی	فردی / غیرفردی
	مجموع / میانگین	۲۰	۵/۲۵	-	-	-

منبع: یافته‌های میدانی محقق از شهرستان پلدختر، ۱۴۰۱

برخی از نمونه‌هایی که به عنوان کارآفرینان بومی روستایی در شهرستان پلدختر شناسایی شد، چند نوع از آنها

در قالب شکل‌های ۳ و ۴ آورده شده است. این کارآفرینان همگی بر اساس منابعی محلی، مدیریت خانوادگی، سرمایه بیشتر شخصی و نیز با توجه به محیط و فرهنگ محلی و دانش سنتی ایجاد شده‌اند.



شکل ۳: نمونه‌ای از کارآفرینی بومی روستایی (بوم‌گردی-گردشگری) (منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱)

Figure 3: An example of indigenous rural entrepreneurship (ecotourism-tourism)



شکل ۴: نمونه‌ای از کارآفرینی بومی روستایی (کشاورزی و دامپروری، پرورش ماهی، زیتون در یک مجموعه) (منبع: یافته‌های

پژوهش، ۱۴۰۱)

Figure 4: An example of indigenous rural entrepreneurship (agriculture- animal husbandry, fish farming, and olives in a collection)

مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی روستایی

برای بررسی و شناسایی مهم‌ترین زمینه‌ها، مزیت‌ها و فرصت‌های رقابتی از جهت کارآفرینی بومی روستایی و در راستای سؤال دوم پژوهش ابتدا از روش تجربی و مطالعات انجام‌گرفته در زمینه کارآفرینی بومی روستایی استفاده و به دنبال آن مزیت‌ها و فرصت‌ها شناسایی و سپس بعد از بومی‌سازی شاخص‌ها / گویه‌ها (باتوجه به ویژگی‌ها و خصوصیات روستاهای مطالعه شده) برای تعیین اهمیت هریک از مزیت‌ها و فرصت‌ها پرسشنامه‌ای تهیه و در اختیار کارشناسان و کارآفرینان محلی در شهرستان پلدختر قرار گرفت. همچنین، برای تجزیه و تحلیل داده‌های این قسمت و شناسایی مهم‌ترین مزیت‌ها و فرصت‌های رقابتی از جهت کارآفرینی بومی روستایی نسبت به کارآفرینی کلاسیک از آزمون هم‌انباشتگی نامحدود اکتشافی (Unrestricted Cointegration Rank Test) (Trace) (روش Johansen) در نرم‌افزار Eviews استفاده شد. این آزمون علاوه بر شناسایی مهم‌ترین متغیرها آنها را با استفاده از مقدارهای ویژه و سطح معناداری رتبه‌بندی می‌کند. همچنین، در این آزمون (معناداری آزمون مک‌کینن-هاگ-میشل (1999) که درون این آزمون قرار دارد) مهم‌ترین متغیرها با مقدار ویژه و نیز با سطح معناداری بالا مشخص می‌شود. در واقع، در این آزمون مقداری مهم‌ترین متغیر است که این آزمون (مک‌کینن-هاگ-میشل) آن را تأیید می‌کند.

بررسی مزیت‌های رقابتی توسعه کارآفرینی بومی در نواحی روستایی در شهرستان پلدختر شامل ۱- مزیت کلی ایجاد (راه‌اندازی و اجرای کسب‌وکار بومی)؛ ۲- مزیت اقتصادی؛ ۳- مزیت فرهنگی؛ ۴- مزیت اجتماعی؛ ۵- مزیت زیست‌محیطی و نیز شامل ۳۸ متغیر بود که در جدول ۵ ارائه شده است. در ادامه، مهم‌ترین مزیت‌ها ابتدا به صورت دسته‌بندی ارائه شده توضیح داده می‌شود و در نهایت، مهم‌ترین مزیت‌ها شناسایی و ارائه می‌شود.

مزیت‌های کلی ایجاد (راه‌اندازی، اجرا و مدیریت کسب‌وکار بومی) که برای آن ۹ مزیت خردتر در نظر گرفته شد، نشان داد که از بین ۶ مزیت خرد راه‌اندازی آسان و در مقیاس کوچک کسب‌وکارهای مرتبط با کارآفرینی بومی روستایی با مقدار ویژه (۰/۸۹۹)، آسان و کم‌هزینه بودن کارآفرینی بومی روستایی برای اجرا و مدیریت با مقدار ویژه (۰/۸۴۵)، بی‌نیازی به تخصص زیاد و وابسته بودن به دانش بومی-محلی با مقدار ویژه (۰/۷۶۳)، تمرکز اصلی بر معیشت مردم (نه بر اشیا و سود اقتصادی) با مقدار ویژه (۰/۷۶۲)، مالکیت انفرادی کارآفرینی بومی با مقدار ویژه (۰/۷۰۹)، خانوادگی و غیرشرکتی بودن کارآفرینی بومی با مقدار ویژه (۰/۶۷۲) در رتبه‌های اول تا ششم این مزیت قرار دارند. همچنین، این مزیت‌ها در سطح معناداری ۰/۰۰۰ و مقدار ویژه زیاد، مهم‌ترین مزیت‌های کلی ایجاد کارآفرینی بومی روستایی (راه‌اندازی، اجرا و مدیریت کسب‌وکار بومی) هستند. سطح معناداری ۰/۰۰۰ و مقدار ویژه آزمون مک‌کینن-هاگ-میشل (1999) که درون این آزمون قرار دارند، نیز اهمیت این مزیت‌های خرد را تأیید می‌کنند.

بررسی مزیت‌های اقتصادی کارآفرینی بومی روستایی در روستاهای شهرستان پلدختر در جنوب استان لرستان که برای آن ۹ مزیت خردتر در نظر گرفته شد، نشان داد که ۷ مزیت خرد از جمله نیاز به سرمایه کوچک / کم و قابلیت استفاده از مواد اولیه در مجاورت و محیط با مقدار ویژه (۰/۸۰۱)، کم‌خطر بودن و در عین حال سودآور بودن کارآفرینی بومی روستایی با مقدار ویژه (۰/۷۲۱)، فراهم کردن اقتصاد ترکیبی (کشاورزی، گردشگری، صنایع دستی و ...) با مقدار ویژه (۰/۶۹۹)، فراهم کردن فرصت‌های اشتغال‌زایی در بخش گردشگری، صنایع دستی و غیره با مقدار ویژه (۰/۶۷۵)، حضور بیشتر افراد بومی در صنایع روستایی (کشاورزی، صنایع دستی، گردشگری و ...) با مقدار ویژه (۰/۶۴۷)، ایجاد

فرصت‌های درآمدی با استفاده از منابع محلی (زمین، مراتع، جنگل و ...) با مقدار ویژه (۰/۶۰۱)، تولید محصولات با صرفه اقتصادی در ارتباط با زمین و محیط (گردشگری، صنایع دستی، صنایع چوبی، محصولات کشاورزی و ...) با مقدار ویژه (۰/۵۹۲) در رتبه‌های اول تا هفتم قرار دارند. همچنین، این مزیت‌ها به‌عنوان مهم‌ترین مزیت‌های اقتصادی توسعه کارآفرینی بومی در نواحی روستایی شهرستان پلدختر هستند که سطح معناداری ۰/۰۰۰ و مقدار ویژه مربوط به آزمون مک‌کینن-هاگ-میشل (1999) نیز اهمیت این مزیت‌های خرد اقتصادی را تأیید می‌کنند.

بررسی مزیت‌های فرهنگی کارآفرینی بومی روستایی در روستاهای شهرستان پلدختر در جنوب استان لرستان که برای آن ۶ مزیت خردتر در نظر گرفته شد، نشان داد که ۳ مزیت خرد از جمله استفاده از دانش سنتی برای توسعه کارآفرینی و انتقال آن به نسل بعدی با مقدار ویژه (۰/۷۲۹)، حفظ فرهنگ و ارزش‌های سنتی به‌عنوان محصول (هنر و صنایع دستی و ...) با مقدار ویژه (۰/۶۲۳)، استفاده از فرهنگ بومی مانند مراسم و رقص، آهنگ‌ها و روابط خویشاوندی در تولید محصولات بومی با مقدار ویژه (۰/۵۰۳) مهم‌ترین مزیت‌های رقابتی فرهنگی کارآفرینی بومی روستایی در شهرستان پلدختر هستند که سطح معناداری و مقدار ویژه مربوط به آزمون مک‌کینن-هاگ-میشل (1999) نیز اهمیت این مزیت‌های خرد فرهنگی را تأیید می‌کنند.

بررسی مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی از نظر مزیت اجتماعی با ۶ مزیت خردتر نشان داد که از بین مزیت‌های اجتماعی کارآفرینی بومی روستایی در شهرستان پلدختر با سطح معناداری ۰/۰۰۰ و تأیید آزمون مک‌کینن-هاگ-میشل (1999) مزیت‌های خودمختار کردن افراد بومی و استقلال بومیان با مقدار ویژه (۰/۷۳۱)، تحت‌تأثیر فرهنگ، منفعت جمعی، خانواده / جامعه را مدنظر قرار دادن با مقدار ویژه (۰/۵۴۵)، حفظ منزلت اجتماعی خانواده براساس مدیریت خانوادگی و مشارکت آنان با مقدار ویژه (۰/۵۰۱) مهم‌ترین مزیت‌های اجتماعی کارآفرینی بومی روستایی در جنوب استان لرستان و شهرستان پلدختر هستند.

در نهایت، بررسی مزیت‌های زیست‌محیطی کارآفرینی بومی روستایی با ۸ مزیت نشان داد که مدیریت پایدار زمین، جنگل، محیط زیست و منابع طبیعی از سوی بومیان با مقدار ویژه (۰/۶۷۸)، استفاده از شیوه‌های سازگار با محیط زیست (صنایع دستی، گردشگری، آبی‌پروری و جنگلداری، معدن، چوب و ...) با مقدار ویژه (۰/۵۸۱) مهم‌ترین مزیت‌های زیست‌محیطی کارآفرینی بومی روستایی در شهرستان پلدختر هستند که معناداری و مقدار ویژه بالای آزمون مک‌کینن-هاگ-میشل (1999) نیز اهمیت این مزیت‌های خرد زیست‌محیطی را تأیید می‌کنند.

گفتنی است که علاوه بر مزیت‌های رقابتی (با علامت * * * نشان داده شده است) آزمون مک‌کینن-هاگ-میشل (1999) اهمیت آنها را تأیید کرده است. برخی مزیت‌ها (با علامت *) نیز در سطح معناداری ۰/۰۰۵ اهمیت به‌نسبت خوبی دارند. برخی مزیت‌ها (بدون علامت خاصی) نیز هرچند اهمیت و در پایین‌ترین سطح قرار دارند، می‌توان آنها را به‌عنوان مزیت‌های کارآفرینی بومی روستایی در سطح سوم نام برد. به‌طور کلی در پاسخ به این سؤال که مهم‌ترین مزیت‌های رقابتی توسعه کارآفرینی بومی در نواحی روستایی شهرستان پلدختر کدام است؟ می‌توان گفت که باتوجه به درجه اهمیت بالا و نیز مزیت‌هایی که از سوی سطح معناداری و مقدار ویژه آزمون مک‌کینن-هاگ-میشل (1999) تأیید شده است، از بین ۳۸ مزیت در نظر گرفته شده، مقدار ویژه و رتبه مهم‌ترین مزیت‌های کارآفرینی بومی روستایی

در جنوب استان لرستان و شهرستان پلدختر (۲۱ مزیت اهمیت فراوانی دارند) که به ترتیب اهمیت در جدول ۵ ارائه شده است، عبارت است از:

- ۱- کوچک مقیاس بودن و راه‌اندازی آسان کسب‌وکارها؛
- ۲- آسان و کم‌هزینه بودن کارآفرینی بومی روستایی برای ایجاد، اجرا، و مدیریت؛
- ۳- نیاز به سرمایه کوچک / کم و قابلیت استفاده از مواد اولیه در مجاورت و محیط روستا؛
- ۴- بی‌نیازی کارآفرینی بومی به تخصص بالا و وابسته بودن کارآفرینی بومی روستایی به دانش بومی و محلی؛
- ۵- تمرکز اصلی بر معیشت مردم، نه اشیا و سود اقتصادی (یکی از ویژگی‌های خاص کارآفرینی بومی روستایی است)؛
- ۶- خودمختار کردن افراد و مردم بومی و ایجاد استقلال مالی برای بومیان روستایی در منطقه مطالعه شده؛
- ۷- استفاده از دانش سنتی برای توسعه کارآفرینی و انتقال آن به نسل بعدی (انتقال روش‌های مدیریتی به اعضای خانواده و نسل‌های بعدی)؛
- ۸- کم‌خطر بودن و در عین حال سودآور بودن کارآفرینی بومی روستایی در مقایسه با کارآفرینی کلاسیک؛
- ۹- مالکیت شخصی / انفرادی کارآفرینی بومی (به طوری که فرد کارآفرین و اعضای خانواده وی همه فعالیت‌ها و بیش از ۵۰ درصد فعالیت‌ها (ایجاد، مدیریت و اجرا) را انجام دهند)؛
- ۱۰- فراهم کردن اقتصاد ترکیبی (فعالیت کشاورزی، گردشگری، صنایع دستی و ...) برای روستاییان و ایجاد فعالیت‌های کارآفرینی به صورت همزمان (برای مثال، ایجاد کمپ گردشگری شهید رجایی در روستای قلعه‌نصیر پلدختر علاوه بر ایجاد درآمد با گردشگری، تولید محصولات کشاورزی و دامداری منبع درآمدی دیگری را به صورت ترکیب ایجاد کرده است)؛
- ۱۱- مدیریت پایدار زمین، جنگل و محیط زیست و منابع طبیعی از سوی بومیان (زیرا مردم محلی در روستاهای شهرستان پلدختر از محیط، منابع طبیعی و به خصوص زمین به عنوان یک دارایی با ارزش که زندگی آنها وابسته به آن است، با احترام حفاظت و نگهداری می‌کنند)؛
- ۱۲- فراهم کردن فرصت‌های اشتغال‌زایی در بخش گردشگری، صنایع دستی و غیره؛
- ۱۳- خانوادگی و غیرشرکتی بودن کارآفرینی بومی (این نوع کارآفرینی چون به صورت خانوادگی و انفرادی ایجاد و اداره می‌شود، باعث می‌شود که افراد و خانواده به بهترین شکل در انجام دادن فعالیت‌ها تلاش کنند)؛
- ۱۴- حضور بیشتر افراد بومی در صنایع روستایی (کشاورزی، صنایع دستی، گردشگری و ...)؛
- ۱۵- حفظ فرهنگ و ارزش‌های سنتی به عنوان محصول (هنر و صنایع دستی و ...)؛
- ۱۶- ایجاد فرصت‌های درآمدی با استفاده از منابع محلی (زمین، مراتع، جنگل و ...)؛
- ۱۷- تولید محصولات با صرفه اقتصادی در ارتباط با زمین و محیط (گردشگری، صنایع دستی، صنایع چوبی، محصولات کشاورزی و غیره)؛
- ۱۸- استفاده از شیوه‌های سازگار با محیط زیست (مانند صنایع دستی، گردشگری، آبی‌پروری و جنگلداری، معدن،

چوب و ... کارآفرینی بومی روستایی با توجه به دانش بومی و محلی، ایجاد به صورت ابتدایی و ساده کمترین آسیب را به محیط زیست وارد می‌کند؛ بنابراین با محیط سازگاری بیشتری دارد؛

۱۹- تحت تأثیر بودن کارآفرینی بومی روستایی بر فرهنگ بومی و محلی، منفعت جمعی (خانواده و جامعه بومی)، سود جمعی؛

۲۰- استفاده از فرهنگ بومی مانند مراسم و رقص، آهنگ‌ها و روابط خویشاوندی در تولید محصولات بومی (هرکدام از این ارزش‌های فرهنگی می‌تواند به عنوان یک محصول بومی به مشتریان ارائه شود)؛

۲۱- حفظ منزلت اجتماعی خانواده براساس مدیریت خانوادگی و مشارکت آنان؛ (این نوع کارآفرینی با توجه به اینکه خانواده آن را ایجاد و فعالیت‌هایش را مدیریت می‌کند، درآمد و سود آن به خانواده منتقل و سپس زمینه اشتغال‌زایی و درآمدزایی آن برای خانواده فراهم می‌شود. همچنین، این نوع از کارآفرینی بر منافع جمعی تأکید دارد که می‌تواند باعث حفظ و افزایش منزلت اجتماعی خانواده و یا جامعه محلی شود. همان‌طوری که مردم روستای هلوش و قلعه‌نصیر از مزیت‌های کارآفرینی ایجاد شده در این روستا به صورت‌های مختلف بهره‌مند شده‌اند)؛ بنابراین می‌توان گفت که این مزیت‌های از مهم‌ترین مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی روستایی در جنوب استان لرستان و شهرستان پلدختر است. علاوه بر این مزیت‌ها، مزیت‌های کلی نیز در مرحله بعدی همین قسمت رتبه‌بندی و اولویت‌بندی شده است.

جدول ۵: مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی در نواحی روستایی

Table 5: Competitive advantages of indigenous entrepreneurship in rural areas

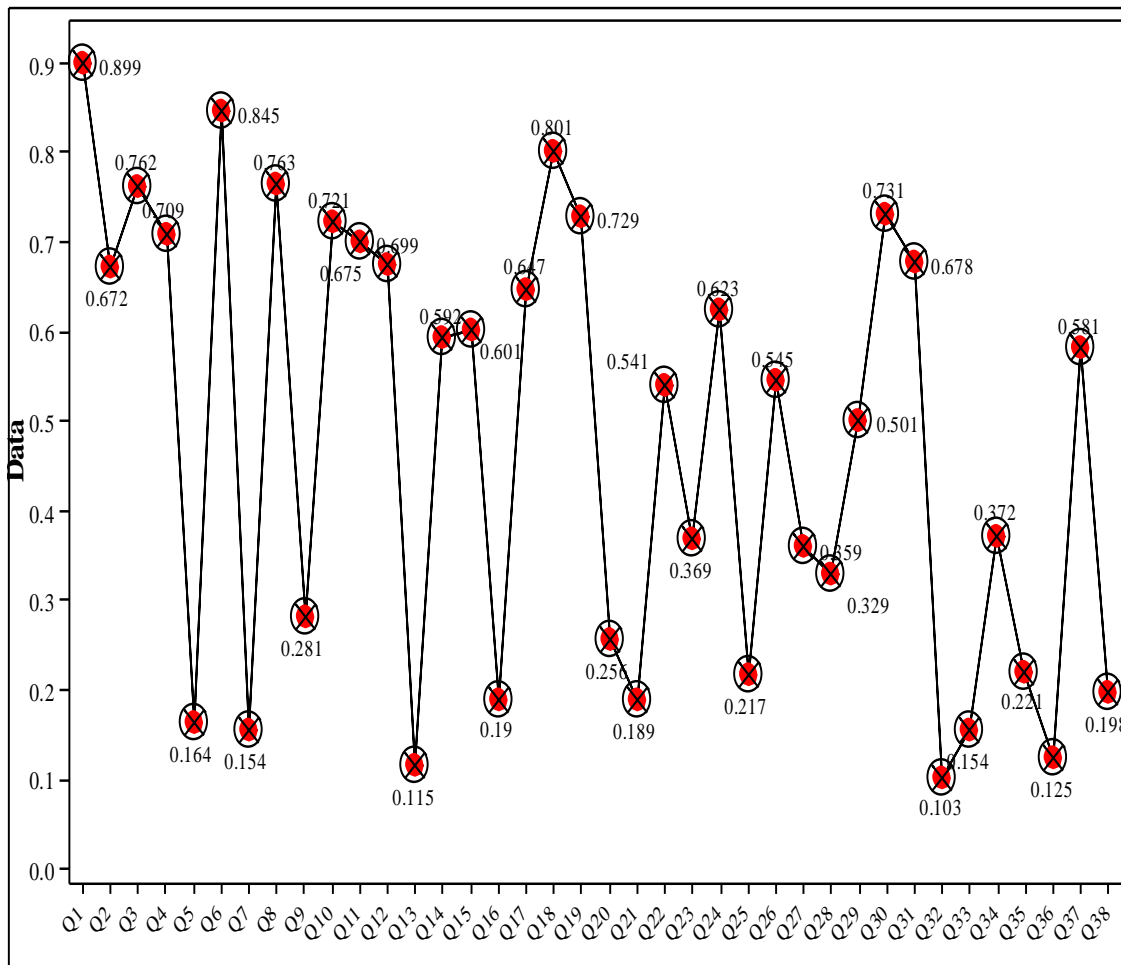
رتبه	آماره	مقدارهای ویژه	نماد	مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی روستایی	مزیت کلی
۱	۷۰۹/۹۷۸	۰/۸۹۹**	Q1	کوچک‌مقیاس بودن و راه‌اندازی آسان کسب‌وکارها	مزیت کلی ایجاد (راه‌اندازی و اجرای کسب‌وکار بومی)
۱۳	۲۷۸/۱۳۸	۰/۶۷۲**	Q2	خانوادگی و غیرشرکتی بودن کارآفرینی بومی	
۵	۴۲۸/۵۸۷	۰/۷۶۲**	Q3	تمرکز اصلی بر معیشت مردم، نه بر اشیاء و سود اقتصادی	
۹	۲۸۹/۰۱۳	۰/۷۰۹**	Q4	مالکیت انفرادی کارآفرینی بومی	
۳۳	۱۱۸/۳۷۹	۰/۱۶۴	Q5	سرمایه‌گذاری / ایجاد فرصت ارزش‌افزا در استفاده از زیرساخت‌ها / منابع محلی	
۲	۶۹۳/۳۱۱	۰/۸۴۵**	Q6	آسان و کم‌هزینه بودن کارآفرینی بومی روستایی برای اجرا	
۳۴	۱۱۵/۶۶۳	۰/۱۵۴	Q7	به ارمغان آوردن رشد پایدار بلندمدت برای جوامع بومی	
۴	۴۳۰/۳۴۲	۰/۷۶۳**	Q8	بی‌نیازی به تخصص زیاد و وابسته بودن به دانش بومی-محلی	
۲۶	۱۷۷/۹۲۳	۰/۲۸۱*	Q9	حفظ ارزش‌های فرهنگی، معنوی، اجتماعی، محیطی و تأمین معیشت بومیان	
۸	۳۲۷/۳۶۶	۰/۷۲۱**	Q10	کم‌خطر و در عین حال سودآور بودن کارآفرینی بومی روستایی	مزیت اقتصادی
۱۰	۲۸۲/۳۱۱	۰/۶۹۹**	Q11	فراهم کردن اقتصاد ترکیبی (کشاورزی، گردشگری، صنایع دستی و ...)	
۱۲	۲۸۷/۸۰۸	۰/۶۷۵**	Q12	فراهم کردن فرصت‌های اشتغال‌زایی در بخش گردشگری، صنایع دستی و ...	
۳۷	۱۰۹/۳۷۳	۰/۱۱۵	Q13	بی‌نظیر بودن محصولات کارآفرینی بومی بدون توجه به قیمت آن	
۱۷	۲۶۹/۰۴۸	۰/۵۹۲**	Q14	تولید محصولات با صرفه اقتصادی در ارتباط با زمین و محیط (گردشگری، صنایع دستی، صنایع چوبی، محصولات کشاورزی و غیره)	
۱۶	۲۷۶/۶۸۸	۰/۶۰۱**	Q15	ایجاد فرصت‌های درآمدی با استفاده از منابع محلی (زمین، مراتع، جنگل و ...)	

۳۱	۱۲۸/۳۱۱	۰/۱۹۰	Q16	تولید کالاها / محصولات بومی با نوسان‌های اقتصادی و آسیب‌پذیری کم	مزیت فرهنگی
۱۴	۲۷۱/۲۷۸	۰/۶۴۷**	Q17	حضور بیشتر افراد بومی در صنایع روستایی (کشاورزی، صنایع دستی، گردشگری و ...)	
۳	۵۰۷/۵۶۲	۰/۸۰۱**	Q18	نیاز به سرمایه کوچک / کم و قابلیت استفاده از مواد اولیه در مجاورت و محیط	
۷	۳۵۴/۴۲۷	۰/۷۲۹**	Q19	استفاده از دانش سنتی برای توسعه کارآفرینی و انتقال آن به نسل بعدی	
۲۷	۱۶۴/۲۲۲	۰/۲۵۶*	Q20	آشتی و ترکیب سنت و نوآوری در گذشته و حال با یکدیگر با کارآفرینی بومی	
۳۲	۱۲۱/۲۸۷	۰/۱۸۹	Q21	بازتولید هویت، زبان، لباس محلی و دانش به‌عنوان یک محصول کارآفرینی بومی	
۲۰	۲۵۱/۱۰۶	۰/۵۴۱**	Q22	استفاده از فرهنگ بومی مانند مراسم و رقص، آهنگ‌ها و روابط خویشاوندی در تولید محصولات بومی	
۲۳	۱۹۸/۳۷۴	۰/۳۶۹*	Q23	کاربرد صنعت هنر و موسیقی و صنایع سنتی به‌عنوان محصول	
۱۵	۲۸۷۹/۴۰۳	۰/۶۲۳**	Q24	حفظ فرهنگ و ارزش‌های سنتی به‌عنوان محصول (هنر و صنایع دستی و ...)	مزیت اجتماعی
۲۹	۱۴۳/۳۷۳	۰/۲۱۷*	Q25	افزایش مشارکت و سرمایه اجتماعی افراد و جامعه به‌عنوان عنصر اساسی در ایجاد کارآفرینی بومی	
۱۹	۲۵۸/۳۶۰	۰/۵۴۵**	Q26	تحت تأثیر فرهنگ بومی قرار گرفتن و تأکید بر منفعت جمعی (منفعت خانواده، خویشاوندان و جامعه)	
۲۴	۱۹۴/۱۸۶	۰/۳۵۹*	Q27	حفظ شیوه زندگی اجتماع / روابط خویشاوندی (اصلی مهم در کارآفرینی بومی)	
۲۵	۱۸۵/۳۶۶	۰/۳۲۹*	Q28	بهبود شرایط اجتماعی افراد، خانواده‌ها و جوامع با کسب‌وکار بومی	
۲۱	۲۴۵/۰۳۸	۰/۵۰۱**	Q29	حفظ منزلت اجتماعی خانواده براساس مدیریت خانوادگی و مشارکت آنان	
۶	۳۹۲/۲۲۳	۰/۷۳۱**	Q30	خودمختار کردن افراد بومی و استقلال بومیان	
۱۱	۲۸۱/۳۰۴	۰/۶۷۸**	Q31	مدیریت پایدار زمین، جنگل و محیط زیست و منابع طبیعی ازسوی بومیان	
۳۸	۹۹/۹۸۹	۰/۱۰۳	Q32	احترام‌گذاشتن و مقدس دانستن محیط و منابع طبیعی ازسوی مشاغل بومی	مزیت زیست‌محیطی
۳۵	۱۱۴/۳۲۹	۰/۱۵۴	Q33	استفاده از زمین بومی و ارتباط با محیط محلی	
۲۲	۲۰۱/۰۴۸	۰/۳۷۲*	Q34	استفاده از شیوه‌های پایدار به‌عنوان یک کسب‌وکار (شکار، پرورش آبزیان و گردشگری)	
۲۸	۱۴۵/۰۰۴	۰/۲۲۱*	Q35	حفظ محیط با حفظ پایه‌های کسب‌وکار بومی (زمین، جنگل و ...)	
۳۶	۱۱۰/۲۸۷	۰/۱۲۵	Q36	تأکید بر محیط زیست به‌عنوان پایه شکل‌گیری کسب‌وکار بومی	
۱۸	۲۶۳/۳۷۴	۰/۵۸۱**	Q37	استفاده از شیوه‌های سازگار با محیط زیست (صنایع دستی، گردشگری، آبی‌پروری و جنگلداری، معدن، چوب و ...)	
۳۰	۱۳۱/۷۱۳	۰/۱۹۸	Q38	استفاده بهینه از منابع طبیعی و حفاظت از منابع طبیعی بومی	
آزمون اکتشافی تحلیلی ۳۸ آیتم هم‌جمعی (S) در سطح ۰/۰۰۱					
* نشان‌دهنده رد فرضیه صفر در سطح ۰/۰۵					
** رد فرضیه صفر در سطح ۰/۰۱؛ معناداری آزمون مک‌کینن-هاگ-میشل (1999)					

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

در شکل ۵ مقدار مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی روستایی نسبت با کارآفرینی کلاسیک آورده شده است. مقدارهای مزیت‌های خرد کارآفرینی بومی در نواحی روستایی در شهرستان پلدختر نشان می‌دهد که بیشترین ضریب عددی (نماد ⊗) مربوط به کوچک‌مقیاس بودن و راه‌اندازی آسان کسب‌وکارها (Q1)، آسان و کم‌هزینه بودن کارآفرینی

بومی روستایی برای اجرا (Q6)، نیاز به سرمایه کوچک / کم و قابلیت استفاده از مواد اولیه در مجاورت و محیط (Q18)، بی‌نیازی به تخصص زیاد و وابسته بودن به دانش بومی-محلی (Q8)، تمرکز اصلی بر معیشت مردم (Q3) بوده است. کمترین ضریب عددی مربوط به احترام گذاشتن و مقدس دانستن محیط و منابع طبیعی از سوی مشاغل بومی (Q132)، بی‌نظیر بودن محصولات کارآفرینی بومی بدون توجه به قیمت آن (Q613)، تأکید بر محیط زیست به‌عنوان پایه شکل‌گیری کسب‌وکار بومی (Q636) و استفاده از زمین بومی و ارتباط با محیط محلی (Q633) بوده است.



شکل ۵: مقدارهای مزیت‌های خرد کارآفرینی بومی روستایی (منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱)

Figure 5: The amount of micro-rural indigenous entrepreneurship advantages

یافته‌های موجود در جدول ۶ در زمینه مقدارهای مزیت‌های کلی کارآفرینی بومی در نواحی روستایی نشان داد که مزیت‌های کلی کارآفرینی بومی در نواحی روستایی متفاوت بوده و پاسخگویان مزیت کلی ایجاد را (راه‌اندازی، اجرا و مدیریت کسب‌وکار بومی) با مقدار ویژه (۰/۵۸۳)، مزیت اقتصادی را با مقدار ویژه (۰/۵۷۱)، مزیت فرهنگی را با مقدار ویژه (۰/۴۵۱)، مزیت اجتماعی را با مقدار ویژه (۰/۴۷۷) و مزیت زیست‌محیطی را با مقدار ویژه (۰/۳۰۴) مهم‌ترین مزیت‌های کلی کارآفرینی بومی در نواحی روستایی شهرستان پلدختر ذکر کرده‌اند و به ترتیب این مزیت‌ها مهم‌ترین مزیت‌های کارآفرینی بومی در نواحی روستایی نسبت به کارآفرینی کلاسیک هستند.

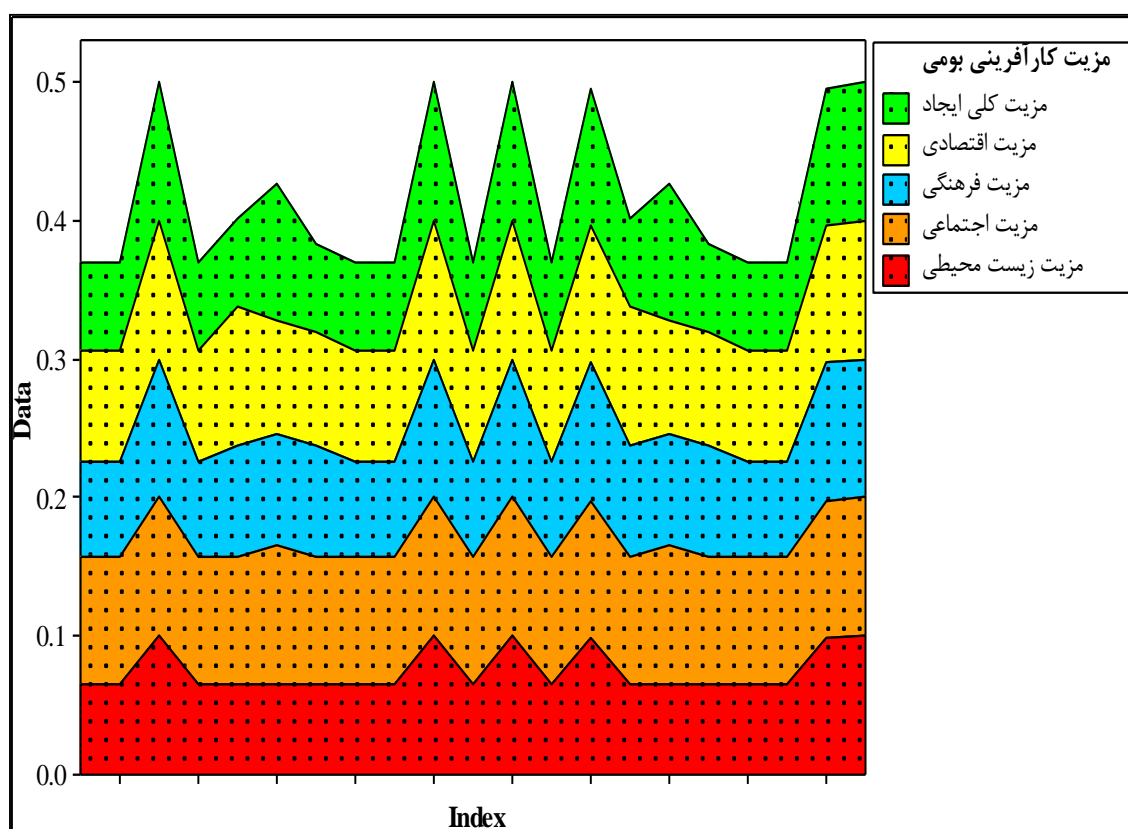
جدول ۶: مقدارهای مزیت‌های کلی کارآفرینی بومی در نواحی روستایی

Table 6: Overall Values of indigenous entrepreneurship benefits in rural regions

رتبه	مقدار ویژه	مزیت کلی
۱	۰/۵۸۳	مزیت کلی ایجاد (راه‌اندازی، اجرا و مدیریت کسب‌وکار بومی)
۲	۰/۵۷۱	مزیت اقتصادی
۳	۰/۴۵۱	مزیت فرهنگی
۴	۰/۴۴۷	مزیت اجتماعی
۵	۰/۳۰۴	مزیت زیست‌محیطی

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

نمونه در شکل ۶ با توجه به مقدارهای ویژه و شدت و ضعف پاسخ پاسخگوین آورده شده است. همان‌طوری که از شدت و ضعف پاسخ‌ها مشخص است، مزیت کلی ایجاد (راه‌اندازی، اجرا و مدیریت کسب‌وکار بومی)، مزیت اقتصادی، مزیت فرهنگی، مزیت اجتماعی و مزیت زیست‌محیطی مهم‌ترین مزیت‌های کلی کارآفرینی بومی در نواحی روستایی شهرستان پلدختر هستند که در برنامه‌ریزی برای ایجاد، توسعه و مدیریت کارآفرینی بومی روستایی لازم است که از طرفی، روستاییان را از این مزیت‌ها آگاه و از طرف دیگر، آنها را به توسعه، ایجاد و سرمایه‌گذاری در این نوع از کارآفرینی روستایی تشویق کرد.



شکل ۶: مقدارهای شدت و ضعف مزیت‌های کارآفرینی بومی در نواحی روستایی (منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱)

Figure 6: Intensity and weakness of indigenous entrepreneurship advantages in rural areas

نتیجه‌گیری

امروزه ارائه‌ی فرصت‌های رشد در محیط رقابتی برای کارآفرینی بومی روستایی که به‌عنوان زمینه‌های افزایش مزیت‌های رقابتی از جهت این نوع از کارآفرینی است، مواردی چون بیان تفاوت‌های کارآفرینی بومی با کارآفرینی کلاسیک، تشویق بیشتر بومیان برای توسعه کارآفرینی بومی، اجرای سیاست‌های کارآفرینی بومی براساس این مزیت‌ها و ارتقا کارآفرینی بومی در مناطق روستایی مهم و ضروری است. همچنین، باتوجه به اینکه کارآفرینی بومی روستایی تفاوت‌هایی با کارآفرینی کلاسیک / غربی دارد، مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی روستایی نیز متفاوت از کارآفرینی کلاسیک است؛ بنابراین شناخت این مزیت‌ها می‌تواند به‌عنوان محرکی در راستای تشویق بومیان روستایی برای ایجاد کارآفرینی بومی روستایی باشد. علاوه بر این، ارائه مزیت‌های توسعه کارآفرینی بومی می‌تواند ضمن توسعه کسب‌وکارهای بومی برای تدوین سیاست‌های کارآفرینی نیز مورد استفاده قرار گیرد. همچنین، شناخت مزیت‌های کارآفرینی بومی به‌عنوان الگوی جدید کارآفرینی بومی نسبت به کارآفرینی کلاسیک می‌تواند به معرفی بیشتر کارآفرینی بومی روستایی و تدوین سیاست‌هایی برای توسعه آن راهگشا باشد؛ بنابراین در پژوهش حاضر مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی نسبت به کارآفرینی کلاسیک ارائه شد.

نتایج پژوهش در زمینه وضعیت کارآفرینی بومی روستایی در جنوب استان لرستان نشان داد که کارآفرینی بومی روستایی در این منطقه شامل فعالیت‌هایی چون کشاورزی و دامپروری به شیوه بومی، آبی‌پروری به صورت ابتدایی، صنایع دستی و سوغاتی، پرورش قارچ، گردشگری بومی، کمپ بوم‌گردی محلی، اقامتگاه بوم‌گردی محلی، کشاورزی و پرورش نشا انواع محصولات سالانه، دامپروری (پرورش کبک بومی به روش سنتی و با کبک‌های محلی)، گردشگری بومی، صنایع هنری و فرهنگی (صنایع دستی، گلیم، فرش لری، تولید سبد و تزئینات خانگی) و زنبور عسل است که همگی با منابع محیطی و محلی، فرهنگ و ارزش‌های قوم لر و دانش بومی / محلی روستاییان مرتبط و وابسته است. فعالیت‌های فوق از نظر سرمایه ایجاد فعالیت‌ها برای راه‌اندازی و مدیریت و اداره همگی با سرمایه شخصی و خانوادگی ایجاد شده است. همه مدیران کسب‌وکارها از نظر نیروی کار و نوع مالکیت همانند فعالیت‌های بومی از نیروی کار خانوادگی استفاده کرده‌اند. به صورت کلی نتایج بررسی کارآفرینی بومی روستایی در استان لرستان منجر به شناسایی بیست کارآفرین بومی در منطقه مطالعه شده شد.

نتایج پژوهش در زمینه شناسایی مزیت‌های رقابتی منجر به شناسایی ۵ دسته کلی و ۳۸ مزیت خردتر کارآفرینی بومی روستایی در مقایسه با کارآفرینی کلاسیک شد. مزیت‌های رقابتی کلی توسعه کارآفرینی بومی در نواحی روستایی در شهرستان پلدختر شامل پنج دسته مزیت کلی ۱- مزیت کلی ایجاد (راه‌اندازی و اجرای کسب‌وکار بومی)؛ ۲- مزیت اقتصادی؛ ۳- مزیت فرهنگی؛ ۴- مزیت اجتماعی؛ ۵- مزیت زیست‌محیطی بوده است که تمامی این ۵ دسته نشان دادند که مزیت‌های خرد رقابتی کارآفرینی بومی روستایی نسبت به کارآفرینی کلاسیک به ترتیب شامل ۱- کوچک‌مقیاس بودن و راه‌اندازی آسان کسب‌وکارها؛ ۲- آسان و کم‌هزینه بودن کارآفرینی بومی روستایی برای ایجاد، اجرا و مدیریت؛ ۳- نیاز به سرمایه کوچک / کم و قابلیت استفاده از مواد اولیه در مجاورت و محیط روستا؛ ۴-

بی‌نیازی به تخصص زیاد و وابسته‌بودن به دانش بومی-محلی (این نوع دانش در محیط‌های روستایی ایران و از جمله در شهرستان پلدختر با فرهنگ غنی و دانش بومی فراوان به‌وفور یافت می‌شود)؛ ۵- تمرکز اصلی بر معیشت مردم (یکی از ویژگی‌های خاص کارآفرینی بومی روستایی است)؛ ۶- خودمختارکردن افراد بومی و استقلال مالی بومیان؛ ۷- استفاده از دانش سنتی برای توسعه کارآفرینی و انتقال آن به نسل بعدی (انتقال روش‌های مدیریتی به اعضای خانواده و نسل‌های بعدی)؛ ۸- کم‌خطر بودن و در عین حال سودآور بودن کارآفرینی بومی روستایی در مقایسه با کارآفرینی کلاسیک، مالکیت شخصی / انفرادی کارآفرینی بومی (به‌طوری که همه فعالیت‌ها و یا بیش از ۵۰ درصد فعالیت‌ها (ایجاد، مدیریت و اجرا) از سوی فرد کارآفرین و اعضای خانواده وی انجام شود)؛ ۹- فراهم کردن اقتصاد ترکیبی (کشاورزی، گردشگری، صنایع دستی و ...)؛ به‌طوری که خانوارهای کارآفرین فقط وابسته به یک فعالیت نباشند تا به صورت همزمان کسب‌وکارهای مختلفی ایجاد شود. تمامی موارد فوق از مهم‌ترین مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی روستایی در شهرستان پلدختر است.

در راستای یافته‌های پژوهش حاضر می‌توان پیشنهادهایی ارائه کرد؛ البته گفتنی است که پیشنهادها و راهکارهای ارائه شده علاوه بر اینکه مرتبط با روستاهای منطقه مطالعه شده است، به صورت کلی می‌توان از آنها در بیشتر نواحی روستایی ایران استفاده کرد.

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

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. براساس تعریف‌های کارآفرینی هوشمند گونه‌ای از کارآفرینی وجود دارد که در آن با استفاده از قابلیت‌های جدید فناوری، فناوری هوشمند، دانش مدرن، نوآوری و مدیریت می‌توان ماهیت تعاملات تولید را تغییر داد و سپس آنها را به توسعه اقتصادی تبدیل کرد.

بررسی تفاوت‌های مناطق مختلف از نظر مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی روستایی در مناطق مختلف کشور می‌تواند یک موضوع جدید برای مطالعات و پژوهش‌های آتی در زمینه کارآفرینی بومی روستایی باشد. این اثر با حمایت مادی صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران کشور (INSF) و برگرفته شده از طرح شماره «۹۹۰۲۹۲۶۹» انجام شده است.

منابع

- عنابستانی، علی‌اکبر، طولابی‌نژاد، مهرشاد. (۱۴۰۳)، کارآفرینی بومی روستایی: زمینه‌ای نو در تحقیقات روستایی ایران. <http://jgs.khu.ac.ir/article-1-4158-fa.html>. ۴۷۰-۴۴۷، (۷۲)، ۲۴
- سالنامه آماری استان لرستان (۱۳۹۴). فصل سرزمین و آب‌وهوا. لرستان: ناشر سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان لرستان. <https://www.amar.org.ir/Portals/0/PropertyAgent/3909/Files/94-15-01.pdf>

References

- Anabestani, A. A., & Toulabi Nejad, M. (2023). Rural indigenous entrepreneurship: Emerging field in Iranian rural research. *Journal of Applied Researches in Geographical Sciences* 24(72), 447-470. <http://jgs.khu.ac.ir/article-1-4158-fa.html>
- Abd Rahman, S., Mohd Said, H., & Rashid Ali, S. (2020). Exploring Development of Indigenous Entrepreneurship among the Semai community at Batang Padang District Perak, Malaysia. *Tourism Development Centre International Conference*, 3, 269-280. <http://dx.doi.org/10.2478/9788395720406-028>
- Akanbi, B. (2021). Impact of indigenous entrepreneurial activities and livelihood sustainability in South-Western Nigeria. *Journal of Services & Management*, 16(3), 3-17. https://journal.berjaya.edu.my/wp-content/uploads/2021/08/July-2021_3-17.pdf
- 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. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8489.2004.00253.x>
- 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. <http://eprints.uthm.edu.my/id/eprint/1190>
- Anderson, R. B. (2002). Entrepreneurship and Aboriginal Canadians: A case study in economic development. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 7(1), 45. <https://www.proquest.com/openview/05d4faa437f03625eadc800aee7e58a9/1?pq-origsite=gscholar&cbl=32118>
- Anderson, R. B., & Giberson, R. J. (2003). *Aboriginal entrepreneurship and economic development in Canada: Thoughts on current theory and practice*. Emerald Group Publishing Limited. <https://ssrn.com/abstract=2495136>
- Cachon, J. C. (2012). *Paleo aboriginal entrepreneurship: evidence from Turtle Island*. International Council for Small Business (ICSB). https://www.academia.edu/7161710/Paleo_Aboriginal_Entrepreneurship_Evidence_from_Turtle_Island
- Castellino, J., & Doyle, D. (2018). Who Are 'Indigenous Peoples'? In *The United Nations Declaration on the Rights of Indigenous Peoples: A Commentary*. Oxford, UK: Oxford University Press. <https://global.oup.com/academic/product/the-un-declaration-on-the-rights-of-indigenous-peoples-9780199673223?cc=us&lang=en&>
- Collins, J., Morrison, M., Basu, P. K., & Krivokapic-Skoko, B. (2017). Indigenous culture and entrepreneurship in small businesses in Australia. *Journal of Small Enterprise Research*, 24(1), 36-48. <https://doi.org/10.1080/13215906.2017.1289855>
- Cooney, T. M. (2021). *The Palgrave handbook of minority entrepreneurship*. Springer Nature. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-66603-3>
- Coria, J., & Calfucura, E. (2012). Ecotourism and the development of indigenous communities: The good, the bad, and the ugly. *Journal of Ecological Economics*, 73, 47-55. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2011.10.024>
- Croce, F. (2017). Contextualized indigenous entrepreneurial models: A systematic review of indigenous entrepreneurship literature. *Journal of Management & Organization*, 23(6), 886-906. <https://doi.org/10.1017/jmo.2017.69>
- Daffy, L. A. (2011). *Hearing the journeys: The factors that impact female Indigenous entrepreneurship in Victoria*. MA Thesis. (n.p). <https://www.semanticscholar.org/paper/Hearing-the-journeys%3A-the-factors-that-impact-in-Daffy/6a49d073741f82d8a15383b5c60d07d6d0955f31>
- Dana, L. P. (1988). International note: more small business is not the answer for Peru. *Journal of Small*

- Business Management*, 26(3), 68-70. <https://www.proquest.com/openview/23bf08eadfe1423b1d78ddb732691cc2/1?pq-origsite=gscholar&cbl=49244>
- 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. https://doi.org/10.1300/J156v08n02_09
- Dana, L. P. (2008). Community-based entrepreneurship in Norway. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 9(2), 77-92. <https://doi.org/10.5367/000000008784489471>
- Dana, L. P. (2015). Indigenous entrepreneurship: an emerging field of research. *The International Journal of Business and Globalization*, 14(2), 61-63. <https://doi.org/10.1504/IJBG.2015.067433>
- Dana, L. P., & 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.) (2006). *International Handbook of Indigenous Entrepreneurship*. Pp. 595erna. Edward Elgar, Cheltenham, UK. https://www.researchgate.net/publication/283604241_A_multidisciplinary_theory_of_entrepreneurship_as_a_function_of_cultural_perceptions_of_opportunity
- Doan, H. K. (2022). Bibliometric Analysis of Indigenous Entrepreneurship. *Ecoforum Journal*, 11(1), 1-20. <https://www.ceool.com/search/article-detail?id=1053349>
- Durette, M. (2018). *Indigenous property rights in commercial fisheries: Canada, New Zealand and Australia compared*. Canberra, ACT: Centre for Aboriginal Economic Policy Research (CAEPR), the Australian National University. https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&as_vis=1&q=Indigenous+property+rights+in+commercial+fisheries%3A+Canada%2C+New+Zealand+and+Australia+compared.&btnG=
- Foley, D., & O'Connor, A. J. (2013). Social capital and the networking practices of indigenous entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 51(2), 276-296. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12017>
- Gallagher, B., & Lawrence, T. B. (2012). Entrepreneurship and indigenous identity: a study of identity work by indigenous entrepreneurs in British Columbia. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 17(4), 395-414. <http://dx.doi.org/10.1504/IJESB.2012.050162>
- Hansen, M., & Brown, A. (2016). *Wreck Bay aboriginal community council corporate plan*. Wreck Bay, Jervis Bay, Australia: Wreck Bay Aboriginal Community Council. <https://www.wbacc.gov.au/wp-content/uploads/2022/08/Corporate-Plan.pdf>
- Hindle, K. (2010). How community context affects entrepreneurial process: A diagnostic framework. *Entrepreneurship and regional development*, 22(7-8), 599-647. <https://doi.org/10.1080/08985626.2010.522057>
- 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. <https://doi.org/10.1080/08276331.2005.10593335>
- 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. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11365-009-0111-x>
- Hunter, B. (2018). *Recent growth in Indigenous self-employed and entrepreneurs*. Canberra, ACT: Centre for Aboriginal Economic Policy Research (CAEPR). Australia: The Australian National University. <https://openresearch-repository.anu.edu.au/handle/1885/147840>
- James, A. E., Hartt, C. M., MacDonald, A., Marcoux, J., & Price, S. (2018). Does Entrepreneurship Meet the Aspirations of Canada & Price, S. (2018T: *CentrAcademy of Management Proceedings*. Briarcliff Manor, New York: Academy of Management. <https://doi.org/10.5465/AMBPP.2018.15369abstract>
- 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. <https://doi.org/10.1142/S1084946707000630>
- Lemo, T. (2013). Development and Entrepreneurial Challenge. Policy and Execution. This day Live Newspaper.
- Lorestan Province Statistical Yearbook (2015). *Season of land and climate*. Lorestan: Lorestan Province Management and Planning Organization [In Persian]. <https://www.amar.org.ir/Portals/0/PropertyAgent/3909/Files/94-15-01.pdf>
- 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. <https://doi.org/10.1017/jmo.2018.4>
- Molina-Ramírez, E., & Barba-Sánchez, V. (2021). Embeddedness as a differentiating element of indigenous entrepreneurship: insights from Mexico. *Sustainability*, 13(4), 2117. <https://doi.org/10.3390/su13042117>
- Monbiot, G. (2019), *Averting Climate Breakdown by Restoring Ecosystems: A Call to Action*. <https://www.getabstract.com/es/resumen/averting-climate-breakdown-by-restoring-ecosystems/36339>
- Morley, S. (2014). *Success factors for indigenous entrepreneurs and community based enterprises*. Canberra: Australian Institute of Family Studies. <https://apo.org.au/node/39458>
- OECD (2021), *Linking Indigenous Communities with Regional Development*. Paris: OECD Rural Policy Reviews. <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. <https://doi.org/10.3390/agriculture12030372>
- 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. <https://doi.org/10.1080/08985626.2021.2011962>
- Paradies, Y. (2005). Anti-racism and indigenous Australians. *Analyses of Social Issues and Public Policy*, 5(1), 1-28. <https://doi.org/10.1111/j.1530-2415.2005.00053.x>
- Peredo, A. M., & Chrisman-James, J. (2006). Toward a theory of community-based enterprise. *Academy of Management Review*, 31(2), 309-328. <https://www.jstor.org/stable/20159204>
- Peredo, A. M., & Anderson, R. B. (2006). *Indigenous entrepreneurship research: themes and variations*. In Galbraith, C. S., and Stiles, C. H. (Eds.), *Developmental Entrepreneurship: Adversity, Risk, and Isolation (International Research in the Business Disciplines)*. Pp. 253olum. Emerald Group Publishing Limited. [https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1016/S1074-7877\(06\)05014-8/full/html](https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1016/S1074-7877(06)05014-8/full/html)
- Peredo, A. M., Anderson, R. B., Galbraith, C. S., Honig, B., & Dana, L. P. (2004). Towards a theory of indigenous entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 1(1-2), 1-20. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2004.005374>
- 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. <https://doi.org/10.4337/9781788974073.00013>
- 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. <https://caepr.cass.anu.edu.au/research/publications/building-indigenous-community-governance-australia-preliminary-research>
- 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. <https://doi.org/10.47678/cjhe.vi0.188773>
- 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. <https://doi.org/10.1080/01900692.2019.1672184>
- Tretiakov, A., Felzensztein, C., Zwerg, A. M., Mika, J. P., & Macpherson, W. G. (2020). Family, community, and globalization: Wayuu indigenous entrepreneurs as n-Culturals. *Journal of Cross Cultural & Strategic Management*, 27(2), 189-211. <https://doi.org/10.1108/CCSM-01-2019-0025>
- United Nation, (2009), department of Economic and Social Affairs, The World Population Prospects. <https://www.un.org/en/development/desa/publications/index.html>
- 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. <https://doi.org/10.1108/GM-06-2021-0170>