

The pattern of revitalization of small and medium-sized rural businesses affected by the Covid crisis 19 (Case study: Rural businesses in Kermanshah province)

Khadijeh Azizi^{1*}, Mehdi Hosseinpour², Mohammad Javad Jamshidi³

¹ MSc. Student, Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Social Sciences, Economics and Entrepreneurship, Razi University, Kermanshah, Iran, Email: khazizi44@gmail.com

² Assistant Professor, Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Social Sciences, Economics and Entrepreneurship - Razi University, Iran

³ Assistant Professor, Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Social Sciences, Economics and Entrepreneurship - Razi University, Iran

Article Info

Article type:
Research Full Paper

Article history:

Received: 17.12.2021
Revised: 26.04.2022
Accepted: 26.07.2022

Keywords:

Rural businesses
Covid 19 crisis (Corona)
Kermanshah

ABSTRACT

The Covid 19 virus pandemic (Corona) has not only affected public health, but has caused a major recession in the world. In addition to the consequences of the Corona virus, the Iranian economy is also facing the pressure of sanctions and is experiencing these two factors simultaneously. More importantly, businesses have not been immune to the virus. Kermanshah province with high unemployment is at risk of damage to rural businesses. Therefore, the present study seeks to provide a model for the revitalization of small and medium-sized rural businesses affected by the Covid 19 crisis, which has been conducted in rural businesses in Kermanshah province. Experts of the Jihad Agricultural Organization of the province and professors of Razi University have formed the statistical population of this study who were selected by purposive sampling and snowball method. Semi-structured interview method was used to collect research data in the qualitative part and survey method was used in the quantitative part. The data collection process continued until the theoretical saturation of the available information. Qualitative analysis of the data was performed by Max Kyoda software and by analyzing 15 interviews, a total of 45 codes were identified. The data were analyzed in four main categories: financial - facility - support, business empowerment and market summary. The two factors of finance - facilities and services - support empower the business, and this in turn can be a factor in creating decisions with a focus on customer, market and marketing. In the quantitative part, the results of Friedman prioritization test showed that for the rehabilitation of damaged rural units in Kermanshah province, respectively, financial-facility factors (3.43), empowerment-resilience (2.73), support-services (2.40) and market factors (1.43) had a higher priority.

Cite this article: Azizi, Kh., Hosseinpour, M., Jamshidi, M.J. 2022. The pattern of revitalization of small and medium-sized rural businesses affected by the Covid crisis 19 (Case study: Rural businesses in Kermanshah province). *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 9 (2), 59-78.



© The Author(s).

DOI: 10.22069/JEAD.2022.19757.1553

Publisher: Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources

الگوی احیای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط روستایی آسیب دیده در بحران کووید ۱۹ (مورد مطالعه: کسب و کارهای روستایی استان کرمانشاه)

خدیدجه عزیزی^{۱*}، مهدی حسین پور^۲، محمدجواد جمشیدی^۳

۱. دانشجوی کارشناس ارشد، گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، اقتصاد و کارآفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران، رایانامه: khazizi44@gmail.com

۲. استادیار، گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، اقتصاد و کارآفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

۳. استادیار، گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، اقتصاد و کارآفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

| اطلاعات مقاله | چکیده |
|--------------------------|---|
| نوع مقاله: | همه‌گیری ویروس کووید ۱۹ (کرونا)، نه تنها بر سلامت همگانی اثر داشته، بلکه موجب رکود اقتصادی |
| مقاله کامل علمی - پژوهشی | زیادتی در جهان شده است. اقتصاد ایران در کنار تبعات ویروس کرونا فشار تحریم را نیز تحمل کرده و |
| تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۲۶ | این دو عامل را هم‌زمان با هم تجربه می‌کند. مهم‌تر آن‌که کسب‌وکارها نیز از آسیب‌های این ویروس در |
| تاریخ ویرایش: ۱۴۰۱/۰۲/۰۶ | امان نبوده‌اند. استان کرمانشاه با آمار بالای بیکاری در معرض تهدید ناشی از آسیب کسب‌وکارهای |
| تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۵/۰۴ | روستایی قرار دارد؛ لذا پژوهش حاضر به دنبال ارائه الگوی احیای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط |
| واژه‌های کلیدی: | روستایی آسیب‌دیده در بحران کووید ۱۹ با تمرکز بر کسب‌وکارهای روستایی استان کرمانشاه می‌باشد. |
| کسب‌وکارهای روستایی | جامعه آماری این پژوهش به شیوه نمونه‌گیری هدفمند به روش گلوله برفی انتخاب شده‌اند و شامل |
| بحران | کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی استان و اساتید دانشگاه رازی می‌باشد. این پژوهش از نظر هدف، |
| کووید ۱۹ (کرونا) | کاربردی، از نظر رویکرد، آمیخته اکتشافی و از نظر روش پژوهش، ترکیبی از دو روش تحلیل محتوای |
| کرمانشاه | کیفی و توصیفی می‌باشد. برای گردآوری داده‌های پژوهش در بخش کیفی از روش مصاحبه |
| | نیمه‌ساختارمند و در بخش کمی از روش پیمایشی استفاده شد. حاصل تجزیه و تحلیل داده‌ها در چهار |
| | مقوله اصلی مالی - تسهیلاتی، خدماتی - حمایتی، توانمندسازی کسب‌وکار و بازار خلاصه شد. دو عامل، |
| | مالی - تسهیلاتی و خدماتی - حمایتی موجب توانمندسازی کسب‌وکار شده و این عامل به نوبه خود |
| | می‌تواند منجر به زمینه‌سازی برای اخذ تصمیم‌هایی با محوریت مشتری، بازار و بازاریابی باشد. نتایج |
| | آزمون فریدمن عوامل را به صورت مالی - تسهیلاتی (۳/۴۳)، توانمندسازی کسب‌وکار (۲/۷۳)، حمایتی - |
| | خدماتی (۲/۴۰) و عوامل بازار (۱/۴۳) اولویت‌بندی کرد. |

استاد: عزیزی، خ، حسین پور، م، جمشیدی، م.ج. (۱۴۰۱). الگوی احیای کسب و کارهای کوچک و متوسط روستایی آسیب دیده در بحران کووید ۱۹ (مورد مطالعه: کسب و کارهای روستایی استان کرمانشاه). *مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی*، ۹ (۲)، ۷۸-۵۹.



© نویسندگان.

DOI: -----

ناشر: دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان

مقدمه

امروزه بسیاری از صاحب‌نظران حوزه توسعه معتقد هستند که یکی از مهم‌ترین چالش‌های کشورهای در حال توسعه، گسترش فعالیت‌های شغلی و کاهش بیکاری در روستاها می‌باشد (دلجویی شهیر، ۱۳۸۸). همچنین در نظریه‌های جدید توسعه، از کارآفرینی روستایی و توسعه کسب و کارهای خرد به عنوان راهکاری مناسب برای توانمندسازی و ظرفیت‌سازی در مناطق روستایی در جهت تغییر الگوی زندگی کنونی، کاهش شکاف شهر و روستا و ایجاد برابری اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی یاد می‌شود (یعقوبی فرانی و همکاران، ۱۳۹۳). بر همین اساس، روستاها به عنوان مراکز تولید کشور از نظر تامین مواد غذایی نقش اساسی در استقلال کشورها ایفا می‌کنند. این مناطق دارای پیامدهای اقتصادی فراوانی هستند که در صورت مدیریت صحیح و کارآمد، می‌توان اقتصاد پویا و متنوع را در این نواحی بنیان‌گذاری کرد (Hassan and Kong, 2016).

از طرفی، کسب و کارهای روستایی مهم‌ترین عناصر اقتصاد روستایی هستند که با اشتغال‌زایی، بیکاری را کاهش و بهره‌وری را افزایش می‌دهند (ورمزیاری و ایمانی، ۱۳۹۶). با توجه به تغییرات عصر کنونی و ورود جامعه اطلاعاتی، کسب و کارهای روستایی نیز در نوع خود دچار تغییر و تحول شده و علاوه بر فعالیت‌های سنتی، کسب و کارهای خدماتی، تولیدی، صنعتی و فناوری اطلاعات هم در آن‌ها دیده می‌شود (شاهچراغ و همکاران، ۱۳۹۵). در همین راستا، ایجاد و حمایت از کسب و کارهای روستایی و خوداشتغالی روستاییان به عنوان یکی از سیاست‌های توسعه‌ای کشور مد نظر قرار دارد، چرا که سبب افزایش اشتغال، کاهش بیکاری، توسعه‌یافتگی روستاها و سرانجام باعث بهبود در روند توسعه کشور خواهد بود (خاتون‌آبادی و انداده، ۱۳۸۸). کارآفرینی و ایجاد

کسب و کارهای نوین و روستایی نه تنها برای ادامه حیات و پویایی اقتصاد کشورها بسیار ضروری بوده (حسینی‌نیا و علی‌آبادی، ۱۳۹۸)، بلکه تاثیر زیادی در بهبود زندگی روستاییان دارد (Davis et al., 2014). به عبارت دیگر، اقتصاد روستایی با توجه به تامین نمودن امنیت غذایی و کالاهای ضروری و اساسی یک کشور به عنوان بنیان اقتصادی محسوب می‌گردد. بنابراین تزلزل در این نوع اقتصاد می‌تواند عواقب بسیاری بر سایر ابعاد اقتصادی داشته باشد.

شیوع ویروس کرونا تاثیرات مختلفی را بر وضعیت اقتصادی جهان به ویژه اقتصاد روستایی بر جای گذاشته است (ریبیعی و تکروستا، ۱۴۰۰). این ویروس با شیوع عظیمی در قرن ۲۱ منجر به خطرات بی‌سابقه‌ای در سلامت جسمی و روانی در سطح جهانی شده است. در دسامبر سال ۲۰۱۹ مجموعه‌ای از موارد غیرمعمول ذات‌الریه در ووهان^۱ چین گزارش و بعداً توسط سازمان بهداشت جهانی^۲ در ۱۱ فوریه ۲۰۲۰ به عنوان بیماری کرونا نام‌گذاری شد و در ۱۱ مارس ۲۰۲۰ سازمان جهانی بهداشت، آن را یک همه‌گیری جهانی اعلام کرد (Anand et al., 2020). سرعت بالای گسترش شیوع کرونا ویروس باعث تغییر سبک زندگی مردم و همچنین جنبه‌های متعدد اقتصاد جهانی - دولتی و خصوصی شده است. از یک طرف، کسب و کارهای نظیر کسب و کارهای گردشگری، هواپیمایی، کشاورزی و صنعت به علت این همه‌گیری به شدت آسیب دیده‌اند (Nicola et al., 2020) و بسیاری از این کسب و کارهای کوچک و متوسط با توجه به عدم توانایی مالکان آن‌ها در پرداخت هزینه‌های جاری ممکن است به صورت کلی و دائمی تعطیل شده باشند (Fairlie, 2020). از طرفی دیگر، روستاییان نیز به دلایل متعددی همچون کمبود

1. Wuhan

2. World Health Organization (WHO)

با توجه به این که کرمانشاه استانی چهارفصل می باشد و بسیاری از حوزه های تعریف شده در حوزه کسب و کارهای روستایی مورد تایید وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی نیز در این استان قابلیت فعالیت دارند و با وجود مزایای توسعه کسب و کارهای روستایی و نقش عمده ای که می توانند در تسهیل و تسریع فرایند توسعه کارآفرینی ایفا نمایند، پژوهش حاضر درصدد است جهت بازاحیای کسب و کارهای کوچک و متوسط روستایی آسیب دیده در بحران کووید ۱۹، در استان کرمانشاه، راهکارهایی را شناسایی کند.

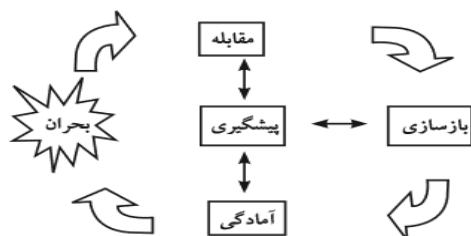
مبانی نظری و پیشینه پژوهش

الف) بحران: بحران فرایندی است که در نتیجه یک سری عوامل طبیعی و غیرطبیعی اتفاق افتاده است و سبب به خطر افتادن جان انسان ها می شود (جهان بخش و همکاران، ۱۳۹۵). بحران ها شرایط و رویدادهایی هستند که یا به دست انسان پدید آمده اند یا انسان به نحوی در پدید آمدن آن ها نقش داشته است؛ بنابراین، حوادث و سوانح طبیعی بالقوه به خودی خود بحران محسوب نمی شوند، بلکه چنانچه خوب مدیریت و مهار نشوند می توانند منشأ پیدایش بحران های متعددی باشند. از مشخصات عمده بحران ها، ناگهانی بودن آن ها است که اغلب پیش بینی در مورد آن ها را با مشکل مواجه می کند (زند مقدم و اصغری قاجاری، ۱۳۹۸). بحران ها می توانند در سطوح مختلف (سازمان، صنعت، مقصد، ملی و بین المللی) به وقوع بپیوندند (یاوری گهر و منصوری موید، ۱۳۹۶). بحران برای شرکت های کوچک و متوسط^۱ هم تهدید و هم فرصت است (and Nielsen, 2021). بحران را می توان از نظر ماهیت (طبیعی، غیرطبیعی یا انسان ساخت)، از نظر منش (خارجی و داخلی)، از نظر شیوه بروز (ناگهانی و تدریجی) و از

مراقبت های بهداشتی، درآمد کم و فرصت های اقتصادی و آموزشی محدود، در شیوع این ویروس آسیب پذیری بیشتری دارند (Jenkins et al., 2020). آن چنان که معاونت پژوهش های زیربنایی و امور تولیدی دفتر مطالعات زیربنایی مجلس شورای اسلامی، بیان می کند اختلال در تامین نهاده ها و خدمات مورد نیاز برای فعالیت های کسب و کارهای روستاییان به خصوص بازار فروش، آثار عمده ای بر درآمد و قدرت خرید تولیدکنندگان روستایی به جای گذاشته است؛ به طوری که بسیاری از این کسب و کارها به دلیل تعطیلی ها حتی قادر به فروش محصولات خود در بازارهای محلی نیز نبوده اند (معاونت پژوهشی مجلس، ۱۳۹۹). این ویروس اثر مستقیم و غیرمستقیم بر کسب و کارهای روستایی و اشتغال روستاییان داشته، در برخی موارد حتی باعث مهاجرت روستاییان به شهرها شده است (تاجری مقدم و همکاران، ۱۳۹۹). بر اساس شواهد موجود از عملکرد کسب و کارهای روستایی به زعم صاحبان این کسب و کارها و نیز متخصصان ذیربط، این کسب و کارها در نواحی روستایی استان کرمانشاه با چالش های فراوانی مانند قوانین پیچیده و ناهماهنگ، ضعف در مدیریت بازار و بازاریابی، فرهنگ ضعیف، نبود زیرساخت های مناسب، نبود سرمایه کافی، ضعف در کار تیمی و غیره روبرو هستند و علی رغم وجود سابقه دیرینه، آن چنان که باید توسعه نیافته اند (امیری و همکاران، ۱۳۹۸). بر همین اساس، استان کرمانشاه با جمعیت دو میلیون نفری و پتانسیل های فراوان و نیز موقعیت استراتژیک مرزی، رده دوم بیکاری را در کشور دارد (بر اساس آمار سال ۱۳۹۹ معادل ۱۴/۹ درصد). بر اساس آمار سال ۱۳۹۹ جمعیت روستایی استان کرمانشاه حدود ۴۵۷ هزار نفر معادل ۲۳ درصد کل جمعیت استان بوده است که از این تعداد، حدود ۶۸ هزار نفر بیکار هستند (وزارت تعاون، ۱۳۹۹). لذا

1. Small And Medium-Sized Enterprises(SME)

معنای سوق دادن هدفمند جریان پیشرفت امور به صورتی قابل کنترل، انتظار برگشتن امور در اسرع وقت به شرایط قبل از بحران است (رضایی و بختیاری، ۱۳۹۰). مدیریت بحران را می‌توان مجموعه‌ای از روش‌های پیشرفته و خاص که جهت پیشگیری و مهار بحران‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند تعریف کرد (Nudell and Antokol, 2002). در شکل ۱ چرخه سیستم مدیریت بحران جامع بر اساس این اهداف نشان داده شده است.



شکل ۱- چرخه سیستم مدیریت بحران (حسینی، ۱۳۸۷)

نظر پایداری (گذرا و ادامه‌دار) تقسیم‌بندی کرد. اما بحران‌ها از هر نوعی که باشند می‌توانند دارای آثار و عواقبی همچون تلفات جانی انسان‌ها (فوت، آسیب‌دیدن) - خسارت‌های مالی اقتصادی (از دست دادن دارایی، نابودی محصولات کشاورزی، خسارت به تأسیسات زیربنایی و سیستم‌های دولتی) - خسارت‌های زیست‌محیطی (خسارت به محیط، نابودی درختان و فضای سبز، آلودگی) - آثار روحی و روانی (وضعیت عاطفی و اجتماعی بازماندگان)؛ باشند (کرامتی و همکاران، ۱۳۹۱). مدیریت بحران به

سرمایه‌برداری. می‌توان گفت احیاء و بازیابی مجموعه تلاش‌های مدیریت ارشد به منظور بازگشت سازمان به انجام امور کسب و کار معمول است.

ج) همه‌گیری ویروس کووید ۱۹ (کرونا): از نیمه اول سال ۲۰۲۰ جهان دچار یک بیماری همه‌گیر شده است. این ویروس به عنوان کرونا ویروس جدید شناخته شد (سندرم حاد تنفسی کرونا ویروس ۲ یا SARS-CoV-2) و بعداً به بیماری کرونا ویروس - ۱۹ یا ویروس کووید ۱۹ تغییر نام داد (Qiu et al., 2020). ویروس کووید ۱۹ از شهر ووهان در استان هوبئی^۱ چین سرچشمه گرفته و به سرعت در سراسر جهان گسترش یافته و منجر به یک فاجعه انسانی و خسارات اقتصادی فوق‌العاده‌ای شده است. در پایان ماه ژوئن، بیش از ۱۰ میلیون مورد ابتلا به کرونا ویروس و بیش از ۵۱۲,۰۰۰ مورد مرگ ناشی از آن

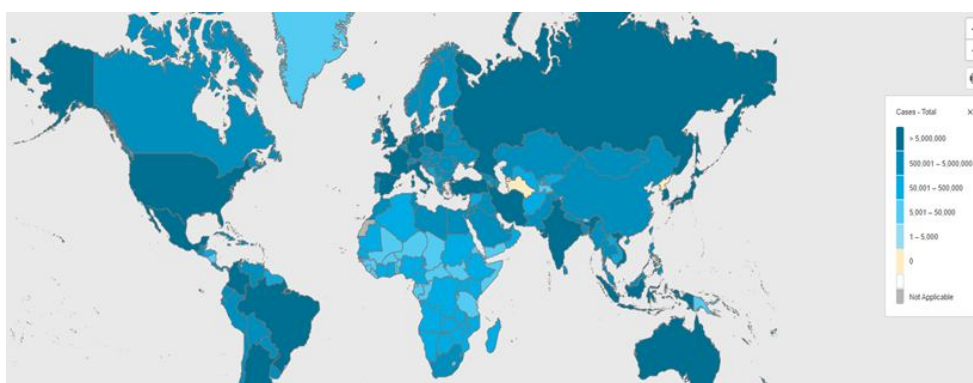
یکی از مراحل حیاتی مدیریت بحران، احیاء و بازیابی و بازسازی است. سازمان پس از بحران در صورتی که از بین نرفته باشد می‌تواند اقدام به احیاء خود نماید. Peters and Pikkemaat (۲۰۰۶) موضوع احیاء و بازیابی را بخشی از چرخه مدیریت بحران می‌دانند. احیاء مرحله‌ای بلندمدت است که در آن زیرساخت‌های آسیب‌دیده بازسازی می‌شود (Faulkner, 2001). Chadga (۲۰۲۰) احیاء را گام آخر مدیریت بحران معرفی نموده و ده موضوع مهم مورد توجه در این مرحله را معرفی می‌کند. برخی از این موضوعات مهم عبارت است از: نوسازی مدل‌های یادگیری برای ارزیابی احتمالات ممکن در محیط جدید، دسترسی به منابع مالی جهت احیاء، شناسایی ضعف‌های سازمانی آشکار شده در طی بحران، توسعه برنامه‌های گذار به حالت جدید برای همه ذی‌نفعان، شناخت حوزه‌های جدید سرمایه‌گذاری و

1. Hubei

جلوگیری از شیوع این بیماری می‌باشد (Carrico et al., 2020).

جهان و ویروس کووید ۱۹: ویروس کووید ۱۹ از زمان شیوع تاکنون حدود ۲۵۹ میلیون نفر را در سطح جهان مبتلا کرده و مرگ و میر آن بیش از ۵,۱۷۴,۶۴۶ نفر بوده است (شکل ۲). سازمان جهانی بهداشت پیوسته دستورالعمل‌هایی جهت کنترل این بیماری صادر می‌کند (WHO, 2021).

گزارش شده است. گسترش این ویروس، باعث شد کشورها در سراسر جهان اقدامات بهداشت عمومی متعددی از جمله فاصله‌گذاری را برای جلوگیری از شیوع آن اتخاذ کنند (Fong et al., 2020). اقدامات پیشگیرانه مانند فاصله‌گذاری‌های اجتماعی و فیزیکی، قرنطینه خانگی، کاهش رفت و آمدها، جلوگیری از تجمعات، رعایت نکات بهداشتی تنها راه حل



شکل ۲- در سطح جهانی، تا ساعت ۸:۳۶ بعد از ظهر به وقت CET، ۱۴ آوریل ۲۰۲۲ (۲۵ فروردین ۱۴۰۱) ۵۲۵,۱۸۶,۵۰۰ مورد تأیید شده کووید ۱۹، از جمله ۳۴۹,۱۹۰,۶ مورد مرگ، به WHO گزارش شده است. تاکنون، ۱۱,۳۰۷,۹۰۸,۶۵۳ دوز واکسن تزریق شده است (WHO, 2022).

اشتغال‌زایی، کاهش بیکاری، افزایش درآمد و افزایش بهره‌وری می‌شوند (ورمزیاری و ایمانی، ۱۳۹۶). در تعریف کسب‌وکارهای روستایی، سه معیار و پارامتر را می‌توان مدنظر قرارداد: اول این‌که به روستائیان خدمات ارائه دهند، دوم این‌که در منطقه روستایی واقع شده باشند و سوم این‌که به عرضه و فروش خدمات و محصولات روستائیان اعم از مواد غذایی و سایر تولیدات طبیعی، صنایع دستی، فعالیت‌های تفریحی و یا کالاهای محیط‌زیستی بپردازند (Bosworth, 2012). بر اساس اطلاعاتی که مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۵ منتشر کرده است، ۲۸ درصد از سهم اشتغال کل کشور معادل با شش میلیون و ۳۸۶ هزار و ۵۸۲ نفر متعلق به جامعه روستایی است. ۹۴ درصد از این آمار به

از تاریخ اعلام شیوع ویروس کرونا ۳۰ بهمن ۱۳۹۸ توسط وزارت بهداشت درمان و آموزش پزشکی در ایران تا ۲۵ فروردین ۱۴۰۱، بیش از ۷۱۹۹۸۶۱ نفر به این ویروس مبتلا شده و تعداد ۱۴۰۷۱۱ نفر نیز جان خود را از دست داده‌اند. بر اساس این آمار، کشور جمهوری اسلامی ایران در رده پانزدهم جهانی از نظر تعداد مبتلایان قرار گرفته است (WHO, 2022). استان کرمانشاه نیز با ۲ میلیون نفر جمعیت، از آغاز شیوع ویروس کرونا بر اساس آمار رسمی ثبت شده دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه تاکنون ۳۱۲۷ فوتی ثبت شده دارد (دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه، ۱۴۰۱).

د) کسب‌وکارهای روستایی: کسب‌وکارهای روستایی مهم‌ترین عنصر اقتصاد روستایی هستند که سبب

استراتژی‌هایی که SMEها باید انجام دهند، کار کرده‌اند (Klyver and Nielsen, 2021). در کشور ایران نیز دفتر مطالعات اقتصادی مرکز پژوهش‌های مجلس در ارتباط با تأثیر ویروس کووید ۱۹ بر کسب و کارهای ایران بیان می‌کند، کسب و کارها با سه سطح ریسک مواجه شده‌اند: اول - ریسک سطح بین‌المللی (کاهش تولید در جهان به علت شیوع این ویروس، تقاضا برای کالا و خدمات را کاهش داده است). دوم - ریسک سطح ملی/اقتصادی: افزایش بودجه‌های اختصاصی بهداشتی/درمانی، کاهش مالیات از کسب و کارها، کم شدن درآمد ارزی به علت کاهش صادرات به سایر کشورها، همگی باعث کاهش درآمدهای دولتی شده که به دلیل کسری بودجه دولت؛ کمیت و کیفیت کمک‌های دولتی به کسب و کارها به شدت تحت تأثیر قرار گرفته است. سوم - ریسک سطح کسب و کارها: مشکلات ناشی از کاهش تقاضا، مشکلات زنجیره تأمین مواد اولیه و لجستیک، کاهش فروش و بهره‌وری، تغییر الگوی مصرف مشتریان و... ریسک‌های سطح کسب و کارها هستند (مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۳۹۹). دولت‌های مختلف برای کاهش تبعات اقتصادی ناشی از بحران این اپیدمی بر افراد و کسب و کارها تلاش می‌کنند تا با بهره‌گیری از سیاست‌های مختلف اقتصادی این آسیب‌ها را به حداقل برسانند. به عنوان مثال ایالات متحده بزرگ‌ترین بسته حمایت مالی در تاریخ این کشور را جهت در نظر گرفتن بودجه‌هایی برای حفظ کسب و کارهای کوچک تصویب کرده است. بانک مرکزی این کشور با کاهش نرخ بهره به تشویق ادامه فعالیت‌های تجاری کسب و کارها پرداخته و همچنین بانک مرکزی استرالیا نیز نرخ بهره خود را به پایین‌ترین حد ممکن کاهش داده است. استان‌های مرکزی کشورهای کانادا، انگلیس، مالزی و نیوزلند هم اقدامات مشابهی انجام دادند. بانک مرکزی کشور چین نیز اقدامات گوناگونی

بخش خصوصی و تنها شش درصد اشتغال مربوط به حوزه دولتی است. همچنین، از مجموع شاغلان جامعه روستایی ۵۰/۳ درصد در بخش کشاورزی، حدود ۲۵/۴ درصد در بخش صنعت و حدود ۲۴/۳ درصد در بخش خدمات فعالیت می‌کنند. سهم اقتصاد روستا در اقتصاد کشور ۲۶/۵ درصد با احتساب نفت و ۲۲ درصد بدون در نظر گرفتن نفت است. ۲۲ درصد سهم اقتصاد روستایی از مؤلفه‌های اساسی و مهم در اقتصاد هر کشوری است و در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته نیز سهم ارزش افزوده تولیدی کشور متعلق به روستاها است (فراهانی و حاجی حسینی، ۱۳۹۳).

ه) تأثیر بحران کرونا بر کسب و کارها: بحران COVID-19 را می‌توان به‌عنوان یک بحران جهانی، ناگهانی، اما غیرقابل پیش‌بینی توصیف کرد (Davidsson et al, 2021). اپیدمی ویروس کووید ۱۹ از اواخر سال ۲۰۱۹ تاکنون به‌عنوان یکی از شدیدترین بحران‌های فراگیر جهانی اثرات مختلفی بر حوزه‌های اقتصادی و اجتماعی گذاشته است. بر اساس گزارش سازمان بین‌المللی کار در ۲۹ آوریل ۲۰۲۰ یکی از مهم‌ترین تبعات این بیماری بر حوزه اشتغال و اقتصاد جهانی است. بر اساس آمار این سازمان با احتساب کارفرمایان و کارگران خود اشتغال در مجموع ۴۳۶ میلیون شغل در آسیب‌دیده‌ترین بخش‌ها در سراسر جهان با خطر جدی مواجه هستند و ضمن تأکید بر حمایت دولت از مشاغل و کسب و کارهای کوچک مانند: کاهش مالیات، تدابیر تلفیقی حمایت‌های مستقیم مالی و وام‌های تضمینی ارائه می‌کند (سازمان تأمین اجتماعی ایران، ۱۳۹۹). از آنجایی که کشورها با همه‌گیری ویروس کرونا و اقتصاد خود در شرایط ناشی از ویروس کرونا به شکل متفاوتی برخورد می‌کنند (Born et al., 2021)، پژوهشگران زیادی بر روی ارائه پاسخ‌های اولیه به

صنعتی و شهرهای زیر ۱۰ هزار نفر جمعیت، معادل ۱۰ درصد است (ایسنا، ۱۳۹۹).

در استان کرمانشاه نیز این کسب و کارها بیش از ۹۰ درصد کل کسب و کارهای استان را تشکیل می‌دهند که حدود ۹۵ درصد اشتغال استان توسط همین کسب و کارها تأمین می‌شود (شرفی و همکاران، ۱۳۹۸). بر اساس آمار اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان کرمانشاه در این استان ۲۸ هزار و ۳۴ کسب و کار اقتصادی آسیب‌دیده از بحران کرونا که دارای کد کارگاهی بیمه تأمین اجتماعی هستند شناسایی شدند که نیازمند حمایت‌های دولتی هستند (تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان کرمانشاه، ۱۳۹۹).

باتوجه به اهمیت کسب و کارهای روستایی در کاهش بیکاری و مشکلات ناشی از آن و نقش مؤثر آن در توسعه اقتصادی کشور و همچنین آسیب‌پذیری کلیه کسب و کارهای ناشی از همه‌گیری ویروس کووید ۱۹، این کسب و کارها نیازمند حمایت‌های همه‌جانبه و راهکارهایی جهت کسب و کارهای آسیب‌دیده هستند. در همین راستا پژوهش حاضر برای ارائه راهکارهایی به منظور احیای کسب و کارهای روستایی آسیب‌دیده از تأثیرات نامطلوب اجتماعی و اقتصادی ویروس کووید ۱۹ در استان کرمانشاه، انجام شده است.

پیشینه پژوهش

بر اساس بررسی‌های انجام شده در زمینه موضوع مورد مطالعه، پژوهش‌هایی انجام شده است که در ادامه به آنان پرداخته می‌شود. Klyver and Nielsen (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان "کدام نوع استراتژی‌های بحران در خصوص SMEها در طول COVID-19 (به طور پیش‌بینی شده‌ای) مؤثر هستند؟"

جهت کاهش هزینه‌های وام برای کسب و کارها را در پیش گرفته است (اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، ۱۳۹۹). تمامی موارد بالا حاکی از اقدامات دولت‌های مختلف جهت کاهش اثرات منفی این بحران و کسب و کارها و اقتصاد کشورهاشان است. در جمهوری اسلامی ایران کسب و کارهای کوچک و متوسط از نظر تعداد، با ۹۵ درصد سهم بسزایی در اقتصاد کشور دارند (محمدپور و همکاران، ۱۳۸۹). به گزارش ایسنا، به موجب قانون حمایت از توسعه و ایجاد اشتغال پایدار در مناطق روستایی و عشایری و پژوهشگر اهداف سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی مقرر شد صندوق توسعه ملی با هدف ارتقای تولید و ایجاد اشتغال پایدار در مناطق روستایی و عشایری، معادل ریالی یک میلیارد و ۵۰۰ میلیون دلار از منابع صندوق را به صورت قرض الحسنه نزد بانک‌های کشاورزی، توسعه تعاون، پست‌بانک، صندوق کارآفرینی امید و صندوق حمایت از توسعه سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی سپرده‌گذاری کند تا این منابع به منظور اعطای تسهیلات به اشخاص حقیقی و حقوقی غیردولتی برای ایجاد اشتغال در روستاها و شهرهای زیر ۱۰ هزار نفر جمعیت با اولویت روستاها و شهرهای واقع در مناطق مرزی و مناطق عشایری صرف شود. بر اساس آخرین آمارها، ۲۵۰ هزار شغل در سطح روستاها ایجاد شده و سهم اشتغال روستایی در سبد اشتغال کشور از ۳ درصد به ۲۹ افزایش یافته است. بر اساس آمارها، تاکنون ۱۳ هزار میلیارد تومان تسهیلات به طرح اشتغال روستایی اختصاص پیدا کرده است. نرخ مصوب سود تسهیلات اشتغال روستایی و عشایری برای مناطق روستایی و عشایری مرزی چهار درصد، برای مناطق روستایی و عشایری غیر مرزی شش درصد و برای تأمین سرمایه در گردش کسب و کارهای تولیدی مستقر در نواحی

منابع انسانی) تقسیم کرده‌اند. Obasan (۲۰۱۴) در مطالعه‌ای نشان داد که عواملی مانند سیاست‌های دولت، روند تورم و رقابت بر پایداری و بقای بنگاه‌های کوچک در نیجریه تأثیری معنی‌دار دارند. Galloway and Kapasi (۲۰۱۴) اصلی‌ترین مشکلات کسب و کارهای خانگی در نواحی روستایی اسکاتلند را در فراهم نبودن منابع مالی کافی، نبود شبکه‌سازی، فقدان تعاونی‌ها و تشکلهای حمایتی بیان می‌کنند. Panicos و همکاران (۲۰۰۸) نیز در پژوهش خود بر نقش تسهیلات بانکی بنگاه‌های کوچک و کارآفرین تأکید زیادی داشته‌اند. ربیعی و تکیروستا (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان "بررسی و تبیین تأثیرات کرونا بر اقتصاد مناطق روستایی، نمونه موردی: روستای اشکورعلیا" پیامدهای اقتصادی شیوع ویروس کرونا بر زندگی روستاییان را مورد بررسی و تحلیل قرار دادند. یافته‌های پژوهش نشان داده است که در این زمینه چهار عامل اصلی همچون اشتغال ناپایدار، درآمد ناپایدار، افزایش فقر روستایی و کاهش سرمایه‌گذاری قابل توجه است. همچنین تأثیرات اقتصادی کرونا بر دهستان اشکورعلیا در حد بالایی ارزیابی شده و دارای اثر قابل توجهی بر اقتصاد روستا بوده است. حسینی‌نیا و علی‌آبادی (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان "آسیب‌شناسی زنجیره ارزش کارآفرینی در کسب و کارهای روستایی (مطالعه موردی تعاونی‌های روستای استان کرمانشاه)" به آسیب‌شناسی ابعاد زنجیره ارزش پورتر در کسب و کارهای روستای استان کرمانشاه از دیدگاه فعالان بخش تعاون پرداختند. نتایج رتبه‌بندی نشان داد از میان ۵ دسته موانع زنجیره ارزش کسب و کارهای تعاونی روستایی، نبود سازوکار صحیح تأمین منابع مالی در عرصه کسب و کارهای تعاون روستایی مهمترین چالش این زنجیره است. امیری و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی به مفهوم‌پردازی چالش‌های

به بررسی COVID-19 به‌عنوان یک عامل مخرب و یا یک مکانیسم توانمند برای شرکت‌های کوچک و متوسط (SMEs) پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد بسته به این‌که چگونه بحران در وهله اول بر کسب و کارهای کوچک و متوسط تأثیر گذاشته است، تفاوت‌های مشخصی در نحوه ارتباط استراتژی‌های مؤثر بحران با انتظارات گردش مالی یافت می‌شود. Lusk and Anderson (۲۰۲۰) در مقاله‌ای با عنوان "تأثیرات کووید ۱۹ بر اقتصاد روستایی" بیان می‌کنند بیماری کووید ۱۹ موجب وقفه در تولیدات و فعالیت‌های اقتصادی در سراسر جهان شده است. دولت‌ها از طریق اعطای وام و حقوق و دستمزد و اداره نمودن کسب و کارهای کوچک قادر هستند تا میزان ضرر و زیان وارده را جبران نمایند. Lucaciand Nastase (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان "کسب و کارهای روستایی اروپا در طول همه‌گیری کووید-۱۹: طرح ابتکار عمل برای توسعه فعلی و آینده" به شناسایی و بررسی ابتکار عمل‌هایی پرداختند که مشاغل روستایی اروپایی برای مقابله با همه‌گیری کووید -۱۹ به کار گرفته‌اند. همچنین اثر آن‌ها را برای توسعه بیشتر محیط کسب و کارهای روستایی پس از همه‌گیری کووید -۱۹ در اروپا مورد بررسی قرار دادند. نتایج پژوهش حاکی از آن است که همه ابتکار عمل‌های نوآورانه توجه خود را به سمت حمایت و توسعه فعالیت‌های مشاغل روستایی در طول همه‌گیری کووید -۱۹ معطوف کردند. علاوه بر این، این نوع ابتکار عمل‌ها می‌تواند الهام‌بخش پاسخ‌های آتی به همه‌گیری جهانی و سایر انواع بحران باشد. Benzazoua و همکاران (۲۰۱۴) عوامل مؤثر بر نرخ رشد کسب و کار کوچک و متوسط الجزایر را در دو دسته داخلی (ویژگی‌های کارآفرینی، ظرفیت مدیریت، مهارت‌های بازاریابی و ظرفیت‌های فناوری) و خارجی (قوانین، دسترسی به تأمین مالی و ظرفیت

بررسی پیشینه پژوهش عوامل متعددی را سبب شکست کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در شرایط محیطی عادی و عدم بحران از جمله فقدان منابع مالی کافی، نبود شبکه‌سازی، فقدان تعاونی‌ها و تشکل‌های حمایتی، سیاست‌های دولتی، قوانین و مقررات بازدارنده، نبود تسهیلات بانکی مناسب را بیان می‌کنند. تاکنون در موقعیت‌های بحرانی و بالاخص بحران کرونا پژوهش‌های مختلفی انجام شده است؛ با این حال پژوهشی که به احیای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در مناطق روستایی آسیب‌دیده در بحران کووید ۱۹ پردازد؛ به طوری که عوامل اثرگذار بر جلوگیری از شکست این کسب‌وکارها را مورد مطالعه قرار دهد، انجام نشده است؛ لذا نوآوری پژوهش حاضر، ارائه الگویی برای احیای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط روستایی آسیب‌دیده در بحران کووید ۱۹ می‌باشد تا خلا عدم وجود الگو در این زمینه را برطرف نماید.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی، از نظر رویکرد، آمیخته اکتشافی و از نظر روش پژوهش، ترکیبی از دو روش تحلیل محتوای کیفی و روش کمی از نوع پیمایش متخصصین می‌باشد. مرحله اول که مطالعه کیفی است شامل مصاحبه با متخصصین به شیوه نیمه‌ساختاریافته است. هدف این مرحله شناسایی عوامل و متغیرهای زیر مجموعه جهت احیای کسب‌وکارهای روستایی آسیب‌دیده در نتیجه بحران کرونا بود. در مطالعه اول از روش تحلیل محتوای کیفی که روشی برای تفسیر ذهنی محتوایی داده‌های متنی از طریق فرایندهای طبقه‌بندی نظام‌مند، کدگذاری و تم‌سازی یا طراحی الگوهای شناخته شده (Hsieh and Shanon, 2005)، است استفاده شد. به شیوه نمونه‌گیری هدفمند و با استفاده از فن گلوله

کسب‌وکارهای خانگی در روستاهای استان کرمانشاه پرداختند. یافته‌های پژوهش نشان داد که چالش‌های کسب‌وکارهای خانگی در روستاهای استان کرمانشاه، متأثر از عوامل گوناگونی است که در شرایط علی، مداخله‌ای و زمینه‌ای قابل طبقه‌بندی بوده و پیامدهای مختلف شامل بی‌انگیزگی فعالان، ایجاد مانع روانی برای تازه‌واردین، افزایش مهاجرت از شهر به روستا و کاهش توان رقابتی کسب‌وکارها نیز برای آن قابل طرح هستند. ولایی و همکاران (۱۳۹۷) موانع و مشکلات کسب‌وکارهای جدید را در سه محدوده: موانع اقتصادی - اجتماعی، موانع ضعف سرمایه و موانع زیرساختی بیان کردند. پارساپور و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی عوامل مؤثر بر پایداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در شهر مشهد را در تحصیلات مدیر، نحوه کنترل و نظارت بنگاه توسط مدیر، ریسک‌پذیری مدیر، آگاهی از فرصت‌های بازار، تعداد دوره آموزشی کارکنان، دسترسی به بازار و اتکا به تأمین مالی استقراضی بیان می‌کنند حسینی‌نیا و فلاحی (۱۳۹۶) عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکارها و کارآفرینی روستایی در سطح شهرستان منوجان در قالب نه مقوله اصلی طبقه‌بندی کردند: عوامل فردی، فرهنگی یا اجتماعی، زیرساختی، طبیعی و بوم‌شناختی، قانونی، آموزشی، نهادی، سیاسی و اقتصادی. ملاشاهی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی اظهار داشتند که موفقیت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط زراعی و باغی با متغیرهای زیر رابطه معناداری دارد: تجربه کار کشاورزی مدیران این کسب‌وکارها، تعداد اعضای خانوار مدیر، میزان وام دریافتی برای احداث کسب‌وکارها، تحصیلات مدیر، سن مدیر، تعداد نیروی کار مشغول در کسب‌وکارها، فاصله محل کسب‌وکار. حسین‌زاده و نصرتی (۱۳۹۳) تسهیلات بانکی را به عنوان عامل اثرگذار در جلوگیری از شکست کسب‌وکارهای کوچک و متوسط می‌دانند.

به منظور اطمینان از روایی پژوهش از راهبردهای تطبیق توسط اعضا، بررسی همکار، مشارکتی بودن پژوهش و کثرت‌گرایی استفاده شد؛ بدین منظور برای تحقق راهبرد تطبیق توسط اعضا، ۳ نفر از مشارکت‌کنندگان، گزارش نهایی مرحله نخست فرایند تحلیل مقوله‌ها را بازبینی کردند و پیشنهادهای آنان در پارادایم کدگذاری اعمال گردید. همچنین ۲ نفر از اساتید دانشگاه رازی کرمانشاه پارادایم کدگذاری را بررسی کردند و نظر آن‌ها در تدوین الگو مورد استفاده قرار گرفت تا راهبرد بررسی همکار انجام شده باشد. از طرفی برای تحقق کثرت‌گرایی، با توجه به گردآوری و تحلیل داده‌ها با خبرگان و کارشناسان فعال سازمان جهاد کشاورزی مصاحبه به عمل آمد. در نهایت برای نیل به مشارکتی بودن پژوهش از نظر مشارکت‌کنندگان در تحلیل و تفسیر داده‌ها به طور هم‌زمان استفاده شد. همچنین جهت وحدت بخشیدن به جریان مصاحبه، علاوه بر عنوان پرسش‌های محوری، از مفاهیم مرتبط با جریان گفت-وگو و ایجاد شرایط مناسب برای نمونه‌ها، در صورت لزوم تکرار مصاحبه و اطمینان‌بخشی به مصاحبه‌شوندگان به حفظ محرمانگی و عدم عنوان اسامی اشخاص، فرایند امانت‌داری و اعتمادسازی برای نمونه صورت گرفت. در مرحله دوم یعنی مطالعه دوم پیمایش متخصصین، پرسش‌نامه ۴۵ سوالی با طیف ۵ درجه‌ای لیکرت برای اولویت‌بندی متغیرها و عوامل شناسایی شده در مطالعه اول، در اختیار متخصصین قرار گرفت. جامعه مورد مطالعه در فاز پیمایش متخصصین همان ۱۵ مشارکت‌کننده بخش کیفی بودند.

برفی ۱۵ مشارکت‌کننده شامل متخصصین موضوع و مطلعان کلیدی (۱۰ نفر از کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی استان) و ۵ نفر از اساتید دانشگاه رازی کرمانشاه مورد مصاحبه قرار گرفتند. برخی از ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان در بخش کیفی (مطالعه اول) در جدول ۱ ارائه شده است. جهت جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز از مصاحبه‌های نیمه ساختارمند انفرادی حول چند پرسش کلیدی درباره راهکارها و عوامل تأثیرگذار بر بازسازی کسب‌وکارهای روستایی آسیب‌دیده در بحران کرونا استفاده شد و مدت زمان مصاحبه‌ها به طور میانگین ۳۰ تا ۴۰ دقیقه بود. اندازه نمونه و فرایند گردآوری اطلاعات تا سطح اشباع نظری اطلاعات در دسترس ادامه یافت که در این میان، چند سوال کلی از افراد کلیدی مورد مطالعه پرسیده شد، مبنی بر این‌که «آسیب‌های کسب و کارهای کوچک و متوسط روستایی عمدتاً ناشی از چه عواملی می‌باشد؟ بازتوانی و تداوم کسب‌وکارهای کوچک و متوسط روستایی پس از بحران کرونا به چه صورت خواهد بود؟ فرایند بازسازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط روستایی آسیب‌دیده در بحران کرونا چگونه است؟ نقش دولت در احیای این کسب‌وکارها به چه صورت است؟». پس از انجام ۱۵ مصاحبه با ۱۵ متخصص (هر متخصص یک مصاحبه)، کفایت داده‌ها حاصل و در نتیجه فرایند جمع‌آوری داده‌ها تمام شد. جهت دستیابی به روایی و پایایی مطلوب در پژوهش، علاوه بر انتخاب هدفمند نمونه‌ها جهت انجام مصاحبه و در طول مصاحبه سعی شد که از پرسش‌های سطحی و غیرضروری که روند مصاحبه را از مسیر تعیین شده خارج کند جلوگیری به عمل آید. در این پژوهش

جدول ۱ - ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان (بخش کیفی)

| سن | تحصیلات | شناسه | سن | تحصیلات | شناسه |
|------------|-------------------------------------|-------|------------|------------------------------|-------|
| ۵۰ به بالا | کارشناسی ارشد زراعت | P9 | ۳۰-۴۰ | دکتری مدیریت | P1 |
| ۴۰-۵۰ | کارشناسی ارشد اقتصاد کشاورزی | P10 | ۳۰-۴۰ | دکتری مدیریت | P2 |
| ۳۰-۴۰ | کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی | P11 | ۴۰-۵۰ | دکتری مکانیک | P3 |
| ۳۰-۴۰ | کارشناسی ارشد زراعت | P12 | ۴۰-۵۰ | دکتری کشاورزی | P4 |
| ۳۰-۴۰ | کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی | P13 | ۴۰-۵۰ | دکتری مهندسی صنایع | P5 |
| ۵۰ به بالا | کارشناس زراعت | P14 | ۵۰ به بالا | دکتری اقتصاد | P6 |
| ۵۰ به بالا | کارشناس مهندسی کشاورزی | P15 | ۴۰-۵۰ | کارشناسی ارشد مهندسی کشاورزی | P7 |
| | | | ۳۰-۴۰ | کارشناسی ارشد اصلاح نباتات | P8 |

یافته‌ها

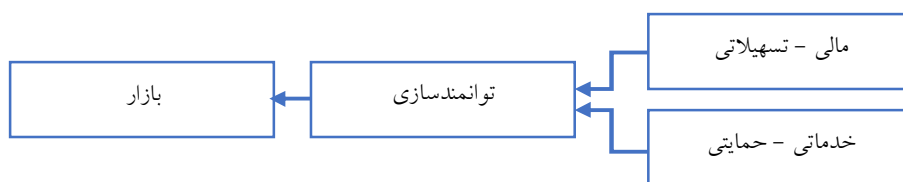
مطالعه اول: بخش کیفی - شناسایی روش‌های احیاء.
 بر مبنای تحلیل محتوای کیفی حاصل از مصاحبه‌ها و مطالعه خط به خط نظرات متخصصین، مجموعه روش‌های مناسب برای احیاء کسب‌وکارهای روستایی آسیب‌دیده در نتیجه بحران کرونا شناسایی شد. سپس بر مبنای تشابه معنایی، روش‌های هم‌خانواده ذیل یک روش احیاء (مفاهیم فرعی) قرار گرفته و نام‌گذاری شدند. این کدگذاری یک مرحله دیگر انجام شده و مجموعه روش‌های احیاء هم‌معنا ذیل یک مقوله اصلی یا عامل قرار گرفتند. به منظور کنترل حجم مقاله نمونه کدگذاری مورد استفاده برای یکی از مجموعه روش‌های شناسایی شده، ذیل عوامل بازار در جدول ۲ به‌عنوان نمونه ارائه شده است. در نتیجه مطالعه دقیق و تحلیل متن در نهایت چهار مقوله اصلی یا عامل شناسایی شد که عبارت است از: عوامل بازار، عوامل مالی - تسهیلاتی، عوامل خدماتی - حمایتی و عوامل توانمندساز. عوامل بازار مجموعه اقداماتی است که هدف و جنس آن مشتری و بازار است. این عوامل در اختیار و کنترل صاحبان کسب‌وکارها است. توان مالی و اقتصادی کسب‌وکارها و کلیه اقدامات

حمایتی دولتی که از جنس تقویت اقتصادی بوده است (از قبیل تسهیلات بانکی و یا مشوق‌های مالیاتی) همگی ذیل «عوامل مالی - تسهیلاتی» نامگذاری شده است. عوامل خدماتی - حمایتی شامل انتظاراتی است که صاحبان کسب‌وکارها از سیاست‌گذاران دولتی انتظار دارند و نقش مالی و اقتصادی ندارد. عوامل توانمندساز شامل مولفه‌هایی است که مانند زیرساخت برای تصمیم‌های درون کسب‌وکارها عمل می‌کند. توانمندسازها موجب امکان اجرای بقیه تصمیم‌های صاحبان کسب‌وکارها برای احیاء کسب‌وکارهای آسیب‌دیده می‌شود.

تحلیل روابط بین چهار عامل شناسایی شده نشان می‌دهد که دو عامل مالی - تسهیلاتی و خدماتی - حمایتی موجب توانمندسازی کسب‌وکار جهت احیاء خود، ناشی از آسیب‌های بحران کرونا می‌شود. توانمند شدن کسب‌وکار نیز به نوبه خود زمینه ساز تصمیم‌ها و اقدام‌هایی از سوی کسب‌وکارهای روستای برای احیاء ناشی از آسیب‌های بحران کرونا می‌شود. حاصل این روابط در قالب مدل مفهومی زیر (نمودار ۱) ارائه شده است.

جدول ۲- کدگذاری اولیه در مقوله اصلی بازار

| شناسه | گزاره‌های کلامی | مفاهیم فرعی | مفهوم اصلی |
|-----------------------------|--|---|-------------|
| P1, P3, P6, P7 | صاحبان کسب و کارها باید بتوانند محصولات و خدماتشان را از طریق اینترنت به جامعه معرفی کنند. | راه‌اندازی بازاریابی | مفهوم اصلی |
| P4, P6, P14 | به دلیل افزایش استفاده مردم اینترنت صاحبان کسب و کارها سعی کنند. بازاری برای محصولات خود در این فضا راه‌اندازی کنند. | دیجیتالی فردی | |
| P1, P2, P10, P11, P12 | افراد با استفاده از تلگرام محصول خود را به فروش برسانند. | استفاده از فضای مجازی برای فروش محصولات مانند | مفهوم اصلی |
| P5, P7, P10 | استفاده از اینستاگرام برای فروش محصول. | تلگرام و اینستاگرام | |
| P1, P2, P3, P4, P5, P6, P13 | استفاده از رسانه‌هایی اجتماعی برای فروش محصولات و خدمات. | | |
| P7, P10 | مالکان با پایین آوردن قیمت فروش محصولات و خدماتشان در حفظ و کسب مشتری بکوشند. | فروش محصولات با تخفیف | عوامل بازار |
| P7, P8 | کاهش قیمت محصولات تا جایی که باعث زیان مالکان نشود. | | |
| P1, P2, P4, P5 | تخفیف در قیمت محصولات ممکن است باعث افزایش مشتری و افزایش فروش شرکت شود. | فروش اقساطی محصولات | |
| P8, P10, P12 | صاحبان کسب و کارها به منظور اینکه مشتریان با درآمد پایین نیز بتوانند از محصولات آن‌ها خریداری کنند قیمت تولیدات خود قسط‌بندی کنند. | | عوامل بازار |
| P1, P4, P5, P11 | به دلیل کاهش درآمد مردم، شرکت‌ها محصولات خود را قسطی بفروشند. | | |
| P1, P2, P3, P4, P6 | صاحبان کسب و کارها باید توانایی فعالیت در فضای مجازی برای تبلیغ و فروش محصولات خود را کسب کنند. | توانایی فعالیت‌های بازاریابی دیجیتال و فروش اینترنتی از طریق شبکه‌های اجتماعی و مجازی | |
| P1, P5, P6 | کسب و کارها مقداری از سهام خود را به بازار بورس وارد کنند. | عرضه سهام کسب و کارها در بورس | عوامل بازار |
| P2, P3, P8, P10 | کسب و کارها وارد بازار بورس شوند. | | |



نمودار ۱- عوامل مؤثر بر احیای کسب و کارهای روستایی آسیب‌دیده از بحران کرونا

فریدمن نشان می‌دهد که اولویت مفاهیم فرعی (روش‌های احیاء) تفاوت معنادار دارد. میانگین رتبه‌ها نشان می‌دهد سه روش اولویت‌دار در بخش عوامل بازار برای احیاء کسب و کارهای روستایی عبارت است از راه‌اندازی بازاریابی دیجیتال فردی، استفاده از فضای مجازی برای فروش محصولات و فروش محصولات با تخفیف.

مطالعه دوم

پیمایش متخصصین - اولویت‌بندی متغیرها و عوامل مؤثر در احیاء کسب و کارهای روستایی آسیب‌دیده: در این بخش داده‌های پرسش‌نامه متخصصین با استفاده از روش تحلیل واریانس فریدمن اولویت‌بندی شد. در بخش عوامل بازار و در جدول ۳ نتیجه آزمون

جدول ۳ - آزمون فریدمن عوامل بازار

| ردیف | مفاهیم فرعی | میانگین رتبه‌ها | رتبه نهایی |
|------|---|-----------------|------------|
| ۱ | راه‌اندازی بازاریابی دیجیتالی فردی | ۴/۷۰ | ۱ |
| ۲ | استفاده از فضای مجازی برای فروش محصولات مانند تلگرام و اینستاگرام | ۴/۱۳ | ۲ |
| ۳ | فروش محصولات با تخفیف | ۳/۷۳ | ۳ |
| ۴ | فروش اقساطی محصولات | ۳/۶۰ | ۴ |
| ۵ | توانایی فعالیت‌های بازاریابی دیجیتال و فروش اینترنتی از طریق شبکه‌های اجتماعی و مجازی | ۲/۵۷ | ۵ |
| ۶ | عرضه سهام کسب‌وکارها در بورس | ۲/۲۷ | ۶ |

Sig=۰/۰۰۰ chi-square=۲۳/۵۲۸

در جدول ۴ نتیجه آزمون فریدمن در بخش عوامل توانمندساز نشان می‌دهد که تفاوت معنی‌داری بین اولویت‌های روش‌های احیاء در طبقه توانمندسازها مشاهده می‌شود. سه روش اولویت‌دار از بین روش‌های مذکور به ترتیب عبارت است از کاهش هزینه‌های عملیاتی تولید، عدم ارائه محصولات به صورت فله (برندسازی و بسته‌بندی)، تبلیغات بیشتر

در فضای مجازی. جدول ۵ در مورد اولویت‌بندی روش‌های احیاء در بخش عوامل مالی - تسهیلاتی نشان می‌دهد که نتیجه آزمون معنادار است و سه روش اولویت‌دار برای احیاء عبارت است از معافیت‌های مالیاتی، ارائه وام‌های بلاعوض، امهال بازپرداخت اقساط تسهیلات.

جدول ۴ - آزمون فریدمن توانمندساز

| ردیف | مفاهیم فرعی | میانگین رتبه‌ها | رتبه نهایی |
|------|--|-----------------|------------|
| ۱ | کاهش هزینه‌های عملیاتی تولید | ۵/۲۰ | ۱ |
| ۲ | عدم ارائه محصولات به صورت فله (برندسازی و بسته‌بندی) | ۵/۱۰ | ۲ |
| ۳ | تبلیغات بیشتر در فضای مجازی | ۴/۲۰ | ۳ |
| ۴ | تغییر ماهیت کسب‌وکارها در صورت امکان (خودظرفیتی کرونا) | ۴/۰۳ | ۴ |
| ۵ | تحویل کالا در محل | ۳/۶۳ | ۵ |
| ۶ | حضور در فروشگاه‌های زنجیره‌ای | ۳/۳۰ | ۶ |
| ۷ | تولید بیشتر محصولات به‌عنوان ذخیره‌های احتیاطی | ۲/۵۳ | ۷ |

Sig=۰/۰۰۱ chi-square=۲۱/۷۳۸

در جدول ۶ نتایج آزمون نشان از معنادار بودن تفاوت در اهمیت روش‌های احیاء در بخش عوامل خدماتی - حمایتی است. سه روش اولویت‌دار عبارت است از کمک به حفظ بازارهای موجود محصولات، برپایی نمایشگاه‌های مجازی توسط دولت جهت ارائه و معرفی محصولات کسب‌وکارها، تضمین خرید محصولات از طرف دولت.

الگوی احیای کسب و کارهای کوچک و متوسط روستایی... / خدیجه عزیزی و همکاران

جدول ۵ - آزمون فریدمن عوامل مالی - تسهیلاتی

| رتبه نهایی | میانگین رتبه‌ها | مفاهیم فرعی | ردیف |
|------------|-----------------|--|------|
| ۱ | ۱۳/۳۰ | معافیت‌های مالیاتی | ۱ |
| ۲ | ۱۱/۹۰ | ارائه وام‌های بلاعوض | ۲ |
| ۳ | ۱۱/۸۷ | امهال بازپرداخت اقساط تسهیلات | ۳ |
| ۴ | ۱۰/۴۳ | بخشودگی سود بانکی | ۴ |
| ۵ | ۱۰/۳۷ | تنفس آزاد بازپرداخت وام | ۵ |
| ۶ | ۹/۴۷ | بیمه تداوم کسب و کارها | ۶ |
| ۷ | ۹/۳۳ | کاهش مالیات | ۷ |
| ۸ | ۹/۱۳ | کمک به زنجیره تأمین محصولات | ۸ |
| ۹ | ۹/۰۷ | اعطای وام‌های کم‌بهره در زمان بحران برای تأمین سرمایه در گردش | ۹ |
| ۹ | ۸/۹۳ | کاهش نرخ ارز برای واردکنندگان مواد اولیه | ۱۰ |
| ۱۰ | ۸/۷۰ | کاهش سود بانکی | ۱۱ |
| ۱۱ | ۸/۷۰ | کاهش سود تسهیلات دریافتی قبل از بحران | ۱۲ |
| ۱۲ | ۸/۳۰ | افزایش زمان بازپرداخت تسهیلات بانکی | ۱۳ |
| ۱۳ | ۷/۵۰ | کاهش حق بیمه کارفرمایان | ۱۴ |
| ۱۴ | ۶/۸۳ | کاهش هزینه‌های تولید از طریق کاهش هزینه‌های حامل‌های انرژی مثل برق | ۱۵ |
| ۱۵ | ۵/۳۰ | کاهش عوارض گمرکی (برای واردات مواد و قطعات برای تولید باشد) | ۱۶ |
| ۱۶ | ۴/۱۷ | تشویق برای افزایش تقاضا (مانند ارائه کوپن و به صورت تخفیفی) | ۱۷ |

Sig=۰/۰۰۰ chi-square=۶۵/۴۸۷

جدول ۶ - آزمون فریدمن عوامل خدماتی - حمایتی

| رتبه نهایی | میانگین رتبه‌ها | مفاهیم فرعی | ردیف |
|------------|-----------------|---|------|
| ۱ | ۱۰/۴۳ | کمک به حفظ بازارهای موجود محصولات | ۱ |
| ۲ | ۹/۷۷ | برپایی نمایشگاه‌های مجازی توسط دولت جهت ارائه و معرفی محصولات کسب و کارها | ۲ |
| ۲ | ۹/۷۷ | تضمین خرید محصولات از طرف دولت | ۳ |
| ۳ | ۹/۲۰ | مشاوره‌های فنی برای کسب و کارها | ۴ |
| ۴ | ۹/۱۳ | کمک به کسب و کارها در صادرات محصولات | ۵ |
| ۵ | ۸/۲۰ | افزایش تعرفه‌های وارداتی | ۶ |
| ۵ | ۸/۲۰ | ارائه خدمات ویژه توسط شرکت‌های حمل و نقل مثل پست | ۷ |
| ۶ | ۷/۹۰ | راه‌اندازی بازارهای الکترونیکی دولتی مثل تهیه سایت و پرروشن | ۸ |
| ۷ | ۷/۲۰ | ممنوعیت واردات محصولات مشابه تولید داخلی | ۹ |
| ۹ | ۶/۷۳ | کمک‌های دولتی برای یافتن بازارهای جدید در شهرها و مناطق دیگر | ۱۰ |
| ۸ | ۶/۷۰ | آموزش دانش (آموزش عملی و کاربردی و استفاده از دانش بومی خبرگان روستایی) | ۱۱ |
| ۱۰ | ۶/۶۷ | اطلاع‌رسانی آموزش تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان (اطلاع‌رسانی در مورد ماهیت واقعی کرونا: در ابتدا تصور می‌شد که مثلاً لبنیات نامناسب است). | ۱۲ |
| ۱۱ | ۶/۰۳ | برگزاری کلاس‌های آموزشی (مانند آموزش بازاریابی در زمان‌های بحران آموزش مهارت-های بازاریابی دیجیتال) | ۱۳ |
| ۱۲ | ۵/۷۰ | استفاده از خدمات ارائه شده توسط دولت در قالب تشکیل تعاونی | ۱۴ |
| ۱۳ | ۵/۳۷ | ارائه خدمات روان‌شناختی به صاحبان به کسب و کارهای آسیب‌دیده | ۱۵ |

Sig=۰/۰۰۳ chi-square=۳۲/۸۴۱

اکنون پس از اولویت‌بندی روش‌های احیاء در هر یک از عوامل چهارگانه، ضروری است مشخص شود که اولویت چهار عامل مذکور فارغ از روش‌های ذیل آنها نسبت به یکدیگر چگونه است؟ در جدول ۷

نتیجه آزمون معنادار است و اولویت‌بندی چهار عامل اصلی عبارت است از: عوامل مالی - تسهیلاتی، عوامل خدماتی - حمایتی، عوامل توانمندساز و در نهایت عوامل بازار.

جدول ۷ - آزمون فریدمن راهکارهای احیای کسب‌وکارهای روستایی

| رتبه نهایی | میانگین رتبه‌ها | مفاهیم فرعی |
|------------|-----------------|-----------------------|
| ۱ | ۳/۴۳ | عوامل مالی - تسهیلاتی |
| ۲ | ۲/۷۳ | عوامل خدماتی - حمایتی |
| ۳ | ۲/۴۰ | عوامل توانمندساز |
| ۴ | ۱/۴۳ | عوامل بازار |

Sig=۰۰۰/۰ chi-square=۱۸/۹۱۲

SPSS حاصل آزمون فریدمن سطح معنی‌داری برای کل ۴ مؤلفه اصلی قابل قبول بوده و اولویت‌بندی هر یک از زیرمؤلفه‌ها بر اساس میانگین رتبه‌ای مشخص شد که برای مؤلفه بازار، بر اساس آزمون فریدمن، سطح معنی‌داری کل $P=۰/۰۰۰ < ۰/۰۵$ سطح اطمینان ۰/۹۵ معنی‌دار است. به عبارتی بین اولویت‌های شاخص‌های اصلی مدل، با توجه به میانگین رتبه‌ای، تفاوت معنی‌داری مشاهده می‌شود. بر اساس آزمون فریدمن، شاخص مالی - تسهیلاتی با میانگین رتبه‌ای ۳/۴۳ در اولویت اول، شاخص خدماتی - حمایتی با امتیاز ۲/۷۳ در مکان دوم، شاخص توانمندساز با میانگین رتبه‌ای ۲/۴۰ در رتبه سوم و شاخص بازار با امتیاز ۱/۴۳ در رتبه آخر جهت پیشنهاد به مسئولین و مدیران اجرایی به‌منظور کمک به احیای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط روستایی آسیب‌دیده در بحران کرونا قرار دارد. در این مطالعه مشخص شد راهکارهایی مانند راه‌اندازی بازاریابی دیجیتال فردی و استفاده از فضای مجازی برای فروش محصولات برای احیاء کسب‌وکارهای آسیب‌دیده مثر ثمر هستند. این راهکارها همه منجر به افزایش آگاهی از فرصت‌های بازار و دسترسی به

بحث و نتیجه‌گیری

یکی از ضرورت‌های ارتقای توسعه کارآفرینی روستایی به‌ویژه در کشورهای پیشرفته، توسعه کسب‌وکارهای روستایی متنوع و پایدار است؛ تا از فشار بر منابع طبیعی و اراضی کشاورزی کاسته شده و فرصت‌های شغلی شایسته‌ای فراهم شود (ورمزیاری و ایمانی، ۱۳۹۶). هدف پژوهش حاضر، ارائه راهکارهای احیای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط روستایی آسیب‌دیده از بحران کرونا در استان کرمانشاه می‌باشد که طی مراحل مقدماتی مرور ادبیات، پژوهش‌های مرتبط، آمارهای مربوطه و تسلط بر موضوع، در مرحله بعد، به‌منظور گردآوری داده‌ها از مصاحبه‌های نیمه ساختارمند جهت دریافت نظرات خبرگان استفاده شد که ۴۵ مفهوم فرعی حاصل تجزیه و تحلیل داده‌ها و کدگذاری‌ها در چهار مقوله اصلی مالی - تسهیلاتی (۱۵ مفهوم)، خدماتی - حمایتی (۱۷ مفهوم)، بازار (۶ مفهوم) و توانمندساز (۷ مفهوم) دسته‌بندی شد. پس از تدوین راهکارها، به‌منظور اولویت‌بندی مؤلفه‌ها، کدهای استخراج شده در طیف ۵ درجه‌ای لیکرت مجدداً به ۱۵ خبره ارائه و مؤلفه‌ها، اولویت‌بندی شدند. بر اساس خروجی‌های نرم‌افزار

با توجه به اولویت بندی راهکاری مناسب برای احیاء می توان پیشنهادهای کاربردی برای مدیران کسب و کارها و همچنین مدیران بخش دولتی و سیاست گذاران ارائه نمود. از جمله مهم ترین این پیشنهادهای می توان به موارد زیر اشاره کرد: تقویت دانش فنی و مشاوره های تخصصی از طریق مراکز فنی و حرفه ای، اتاق های بازرگانی و ادارات کل صمت در استان ها به صاحبان کسب و کارها در راه اندازی فروشگاه های مجازی و دیجیتالی از طریق پلتفرم های موجود مانند اینستاگرام، ارائه مشوق های مالی مانند معافیت مالی حداقل تا مدتی پس از احیاء و بازیابی کسب و کارها به روال معمول، تمدید پرداخت اقساط تسهیلات بانکی کسب و کارهای آسیب دیده در بحران، راه اندازی زیرساخت های نرم افزاری برای نمایشگاه های مجازی تخصصی و تخصیص غرفه با شرایط ویژه به کسب و کارهای آسیب دیده در بحران، تضمین خرید محصولات با قیمت مناسب کسب و کارهای آسیب دیده و ارائه مشوق های صادراتی ویژه برای کسب و کارهای آسیب دیده از بحران.

مهم ترین محدودیت این پژوهش عدم دسترسی به واحدهای کسب و کار روستایی آسیب دیده در بحران کرونا بود. در صورت ایجاد این فرصت، امکان مشاهده مستقیم و گفت و گو با فعالان آن کسب و کارها، بررسی به صورت مورد پژوهشی توصیه می شود.

بازار می شود و هم حاصل توجه به تغییرات بازار در نتیجه بحران و فرصت های جدید ایجاد شده است. دو عامل آگاهی از فرصت های بازار و دسترسی به بازار قبلاً توسط پارساپور و همکاران (۱۳۹۶) به عنوان عامل مؤثر در پایداری کسب و کارهای کوچک و متوسط شناسایی شده بودند. هم راستا با مطالعه حسینی نیا و علی آبادی (۱۳۹۸) که نبود سازوکار صحیح تأمین منابع مالی را در حوزه کسب و کارهای تعاونی روستایی مهم تشخیص داده بودند، مشخص شد که راهکارهای مالی - تسهیلاتی نقش مهمی در احیاء کسب و کارهای روستایی آسیب دیده در بحران دارد. مسئله تأمین منابع مالی در قالب تسهیلات بانکی همگام با مطالعه حسین زاده و نصرتی (۱۳۹۳). نتایج پژوهش حاضر نشان داد حمایت و توسعه فعالیت های مشاغل روستایی در طول همه گیری کووید -۱۹ (Lucaci and Nastase, 2020) از طریق اقداماتی مانند برپایی نمایشگاه های مجازی، مشاوره های فنی، کمک های صادراتی و خدمات ویژه حمل و نقل تأمین می شود. سایر راهکاری متنوع معرفی شده در پژوهش حاضر، تأییدکننده یافته های مطالعات قبلی در مورد موضوعاتی مانند تقویت مهارت های بازاریابی و فناوری (Benzazoua et al., 2014)، اعطای وام و تأمین منابع مالی (Galloway and Kapasi, 2014; Anderson, 2020; Benzazoua et al., 2014; Panicos et al., 2008) است.

منابع

۱. اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران. ۱۳۹۹. اقتصاد ایران گرفتار با ویروس کرونا؛ ضرورت حمایت از کسب و کارها (ویرایش اول). منتشر شده در گزارش اقتصادی (تحلیلی و نتایج آن). پرتال خدمات الکترونیکی <https://chambertrust.ir>
۲. اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان کرمانشاه ۱۰ تیر ۱۳۹۹ ساعت ۱۶:۳۹. همشهری آنلاین، کد خبر: 531595. www.hamshahrionline.ir/news/531595
۳. ایسنا. ۱۳۹۹. پنجشنبه ۱۸ دی. ساعت ۱۰:۴۸. کد خبر: 99101813644
۴. وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی. ۱۳۹۹. سالنامه آماری.

۵. امیری، ص.، نادری، ن.، و محمدی فر، ی. ۱۳۹۸. مفهوم پردازی چالش‌های کسب‌وکارهای خانگی در روستاهای استان کرمانشاه. فصلنامه پژوهش‌های روستایی، ۱۰(۲): ۱۷۲-۱۸۴.
۶. پارساپور، س.، براتی، ج.، و رسول‌زاده، م. ۱۳۹۶. عوامل اثرگذار بر پایداری بنگاه‌های کوچک و کارآفرین مورد مطالعه: بنگاه‌های صنعتی شهرستان مشهد. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۰(۱): ۴۱-۶۰.
۷. تاجری مقدم، م.، زبیدی، ط.، و یزدان‌پناه، م. ۱۳۹۹. تحلیل رفتارهای پیشگیرانه در مقابله با ویروس کرونا مورد: نواحی روستایی شهرستان دشتستان. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۹(۳۳): ۱-۲۴.
۸. زندمقدم، م.، و اصغری قاجاری، ا. ۱۳۹۸. توسعه پایدار شهری و مدیریت بحران. نشریه علمی شایک، ۵(۴۶): ۱۹۱-۲۰۰.
۹. جهان‌بخش، ح.، پورناصری، ش.، جابری، م.، و اسدی پیکر، م.، ر. ۱۳۹۵. تبیین نقش سایت‌های پروازی سبک چندمنظوره با اولویت کاربری مدیریت بحران در مقیاس شهری و بررسی معیارهای مؤثر در مکان‌یابی آن‌ها. چهارمین کنفرانس ملی پژوهش‌های کاربردی در مهندسی عمران، معماری و مدیریت شهری، تهران. <https://civilica.com/doc/612134>
۱۰. حسینی نیا، غ.، و علی‌آبادی، و. ۱۳۹۸. آسیب‌شناسی زنجیره ارزش کارآفرینی در کسب و کارهای روستایی (مطالعه موردی تعاونی‌های روستای استان کرمانشاه). فصلنامه تعاون و کشاورزی، ۸(۳۱): ۱-۲۵.
۱۱. حسینی نیا، غ.، و فلاحی، ه. ۱۳۹۶. عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی نمونه موردی: مناطق روستایی، شهرستان منوجان. پژوهش‌های روستایی، ۸(۲۹): ۲۵-۳۵.
۱۲. حسین‌زاده، ه.، و نصرتی، ر. ۱۳۹۳. بررسی تأثیر طرح توسعه بنگاه‌های کوچک و زودبازده بر ایجاد اشتغال در استان‌های منتخب کشور. فصلنامه سیاست‌های مالی و اقتصادی، ۲(۷): ۹۱-۱۰۸.
۱۳. حسینی، م. ۱۳۸۷. مدیریت بحران، سازمان پیشگیری و مدیریت بحران شهر تهران. نشر تهران موسسه نشر شهر.
۱۴. خاتون‌آبادی، س. ا.، و انداده، غ. ۱۳۸۸. بررسی موفقیت کارآفرینان روستایی استان اصفهان با استفاده از روش‌های تصمیم‌گیری چند پاره و تحلیل عاملی. نشریه اقتصاد و توسعه کشاورزی (علوم و صنایع کشاورزی)، ۲(۲۳): ۱-۱۱.
۱۵. دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه. ۱۴۰۰. کرونا و ویروس، <https://www.kums.ac.ir/fa/coronavirus>
۱۶. مرکز پژوهش‌های مجلس. معاونت اقتصادی. ۱۳۹۹. درباره مقابله با شیوع ویروس کرونا. ۱۳۹۹. (۵۳) فرصت‌ها و تهدیدهای کرونا برای کسب‌وکارهای ایرانی. شماره مسلسل: ۱۷۲۱۹، <https://rc.majlis.ir/fa/report/show/1627635>
۱۷. دلجوی شهیر، ج. ۱۳۸۸. ویژگی‌های کارآفرینی و کارآفرینی اجتماعی، مجله کار و جامعه، ۱۱۲: ۲۴-۳۳.
۱۸. سازمان تأمین اجتماعی ایران. ۱۳۹۹. گزارش‌های سیاستی پیرامون کرونا و ویروس، موسسه عالی پژوهش تأمین اجتماعی. گزارش دوازدهم بحران کرونا و جهان کار (کوید ۱۹ و دنیای کار) کد: ۹۹۹۰۹، <https://tamin.r/News/item/99909>
۱۹. سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کرمانشاه. ۱۳۹۶. گزارش آماری صنایع کوچک و متوسط استان کرمانشاه. اداره آمار و اطلاعات، سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کرمانشاه
۲۰. شاهچراغ، س.ر.، طالقانی، غ.، و امیریان، ا. ۱۳۹۵. توسعه کسب‌وکارهای روستایی. تهران. نشر رصد علم.
۲۱. شرفی، ل.، رضایی، ر.، میرک‌زاده، ع.ا.، و کرمی‌دهکردی، ا. ۱۳۹۸. طراحی الگوی پایداری مشاغل کوچک و متوسط کشاورزی در استان کرمانشاه. تحقیقات ترویج و آموزش کشاورزی، ۱۲(۲): ۱۱-۲۴.
۲۲. ربیعی، ح.، و تکروستا، م. ۱۴۰۰. بررسی و تبیین تأثیرات کرونا بر اقتصاد مناطق روستایی، نمونه موردی: روستای اشکور علیا. فصلنامه آمایش سیاسی فضا، ۳(۳): ۱۴۸-۱۶۲.
۲۳. رضایی، ع.ا.، و بختیاری، م. ۱۳۹۰. مدیریت بحران. تهران: انتشارات یادآوران.
۲۴. کرامتی، ص.، محمدی، ب.، سلیمی، ت.، و مقدمی، ح. ۱۳۹۱. مدیریت بحران و کاهش آسیب پذیری شریان‌های حیاتی در زلزله. دومین کنفرانس ملی مدیریت بحران، تهران.

۲۵. محمدپور ترکایش، م.، و میرزازاده باریجوق، ف. ۱۳۸۹. بررسی تاثیر ایجاد و توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط در رشد اقتصادی. اولین کنفرانس بین المللی مدیریت و نوآوری، شیراز.
۲۶. معاونت پژوهش های زیربنایی و امور تولیدی دفتر مطالعات زیربنایی مجلس شورای اسلامی. ۱۳۹۹. درباره مقابله با شیوع ویروس کرونا (۲۵). تحلیل اجمالی بر چالش های کسب و کارهای روستایی و عشایری در دوره شیوع کرونا قابل دسترس در <https://rc.majlis.ir/fa/report/show/1502019>
۲۷. ملاشاهی، غ. ع.، و ظریفیان، ش. ۱۳۹۴. عوامل موثر بر موفقیت کسب و کارهای کوچک و متوسط زراعی و باغی شهرستان زابل. مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، ۴ (۴۶): ۷۴۸-۷۳۹
۲۸. ورمزیاری، ح.، و ایمانی، ب. ۱۳۹۶. تحلیل تاب آوری کسب و کارهای روستایی در شهرستان ملکان. توسعه کارآفرینی، ۱۰ (۱): ۱۸۱-۲۰۰.
۲۹. ولایی، م.، کریمزاده، ح.، و منافی آذر، ر. ۱۳۹۷. تحلیل موانع توسعه کسب و کارهای خرد در نواحی روستایی شهرستان میاندوآب. اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۳ (۲۵): ۱۸۳-۲۰۷.
۳۰. فراهانی، ح.، و حاجی حسینی، س. ۱۳۹۳. ارزیابی ظرفیت های روستایی برای توسعه کارآفرینی و توانمندسازی روستایی (مطالعه موردی: روستاهای بخش شال شهرستان بوئین زهرا). تحقیقات روستایی، ۴ (۴): ۷۴۸-۷۱۵.
۳۱. یاوری گهر، ف.، و منصوری مؤید، ف. ۱۳۹۶. مدیریت بحران در صنعت گردشگری. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۲ (۴۰): ۲۱-۴۰.
۳۲. یعقوبی فرانی، ا.، سلیمانی، ع.، و موحدی، ر. ۱۳۹۳. تحلیل عوامل موثر بر کارآفرینی زنان روستایی. فصلنامه مطالعات زنان، ۱۲ (۴): ۷-۴۲.
33. Alradhawi, M., Shubber, N., Sheppard, J., and Ali, Y. 2020. Effects of the COVID-19 pandemic on mental well-being amongst individuals in society-A letter to the editor on "The socio-economic implications of the coronavirus and COVID-19 pandemic: A review". *International Journal of Surgery (London, England)*, 78: 147-148.
34. Anand, K.B., Karade, S., Sen, S., and Gupta, R.M. 2020. SARS-CoV-2: camazotz's curse. *Medical Mournal Mrmed Forces India*, 76(2): 136-141.
35. Lusk, J., and Anderson, J.D. 2020. Economic impacts of COVID-19 on food and agricultural markets & consumer behavior during the pandemic. *CAST Comment. doi*, 10.
36. Born, B., Dietrich, A.M., and Müller, G.J. 2021. The lockdown effect: a counterfactual for Sweden. *PloS One* 16(4): e0249732.
37. Bosworth, Gary. 2012. Characterising Rural Businesses E Tales From The Paperman. *Journal of Rural Studies*, 28(4): 499-506.
38. Davis, B., Di giuseppe, S., and Zezza, A. 2014. income diversification patterns in rural sub-saharan africa: reassessing the evidence. *Policy Research Working Paper*, no. 7108.
39. Davidsson, P., Recker, J., and von Briel, F. 2021. COVID-19 as External Enabler of entrepreneurship practice and research. *BRQ Business Research Quarterly*, 24(3): 214-223
40. Fairlie, R. 2020. the impact of covid-19 on small business owners: evidence from the first three months after widespread social-distancing restrictions. *Journal of Economics and Management Strategy*, 29(4): 727-740.
41. Fong, M.W., Gao, H., Wong, J.Y., Xiao, J., Shiu, E.Y.C., Ryu, S., and Cowling, B.J. 2020. nonpharmaceutical measures for pandemic influenza in nonhealthcare settings— 64 social distancing measures. *Emerging Infectious Diseases*, 26(5): 976-984.
42. Galloway, L. and Kapasi, I. 2014. Rural homebased businesses and their contribution to rural lives: An exploratory study. *Research Report*, Heriot-Watt University, Edinburgh
43. Hassan, R.M., and Kong, R. 2016. Factors influencing entrepreneurship: a comparative analysis among farmers in Shaanxi, Shandong, Henan and Gansu provinces, china. *African Business and Management Research Journal*, 1(2): 15-27.

44. Hsieh, H.F., and Shannon, S.E. 2005. Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9): 1277-1288
45. Jenkins, W. D., Bolinski, R., Bresett, J., Van Ham, B., Fletcher, S., Walters, S., and Ouellet, L. 2021. COVID-19 During the Opioid Epidemic—Exacerbation of Stigma and Vulnerabilities. *The Journal of Rural Health*, 37(1): 172-174.
46. Klyver, K., and Nielsen, S.L. 2021. Which crisis strategies are (expectedly) effective among SMEs during COVID-19?. *Journal of Business Venturing Insights*, 16(e002739):1-9.
47. Lucaci, A., and Nastase, C. 2020. European Rural Businesses during the Covid-19 Pandemic: Designing Initiatives for Current and Future Development. In C. Nastase (vol. ed.), *Lumen Proceedings: Vol. 13. 16th Economic International Conference NCOE 4.0 2020* (pp. 419-429). Iasi, Romania: LUMEN Publishing House.
48. Nudell, M., and Antokol, N. 1988. *the handbook for effective emergency and crisis management*. lexington, ma: lexington books.
49. Obasan, K. 2014. He Impact of Business Environment on the Survival of Small Scale Businesses in Nigeria; *Int. J. Manag; Bus, Res*, 4(3): 165-170.
50. Panicos, D., Jun, D., Sourafel, G. and Chengang, X. 2008. Dose the Chinese banking system promote the growth of firms? *World Economy and Finance Research Programme Working Paper No. 0036*
51. Qiu, Y., Chen, X., and Shi, W. 2020. Impacts of social and economic factors on the transmission of coronavirus disease 2019 (COVID-19) in China. *Journal of Population Economics*, 33(4): 1127-1172.
52. World Health Organization or WHO. 2020. Coronavirus disease (COVID-19) Pandemic, Public Advice. (Online), Available at: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novelcoronavirus-2019>.
53. Faulkner, B. 2001. Towards a framework for tourism disaster management. *Tourism Management*, 22: 135-147.
54. Peters. M. and Pikkemaat, B. 2005. Crisis management in alpine winter sports resorts—The 1999 avalanche disaster in Tyrol. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 19(2/3): 9-20.
55. Chadha, P. 2020. The Four Phases of Crisis Management. (online), Available at: <https://agb.org/blog-post/the-four-phases-of-crisis-management/>