

تحلیل رضایت‌مندی صاحبان کسب و کارهای روستایی شهرستان ملکان از خدمات توسعه کسب و کار

بابک ایمانی^۱، حجت ورمزیاری^{۲*} و علی اسدی^۳

۱، دانشجوی کارشناسی ارشد توسعه روستایی، دانشگاه تهران

۲، استادیار دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی، گروه مدیریت و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران

۳، استاد دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی، گروه مدیریت و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران

(تاریخ دریافت: ۹۵/۱۱/۴ - تاریخ تصویب: ۹۶/۴/۴)

چکیده

رضایت‌مندی صاحبان کسب و کارهای روستایی عامل مهمی در پایداری و توسعه کسب و کارهای روستایی و شکوفایی و توسعه اقتصاد روستاهاست. هدف این تحقیق تحلیل رضایت صاحبان کسب و کارهای روستایی از خدمات ارائه شده به آنان در شهرستان ملکان استان آذربایجان شرقی بود. جامعه آماری تحقیق ۱۲۰ نفر از صاحبان کسب و کارهای روستایی شهرستان ملکان بود. این تحقیق از نظر هدف کاربردی بوده و با رویکرد کمی و اکتشافی انجام شد. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شد که روایی آن توسط پانل متخصصان و پایایی آن از طریق ضریب آلفای کرونباخ تأیید شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS²⁴ و تکنیک تحلیل عاملی اکتشافی انجام شد. این تکنیک متغیرهای رضایت‌مندی از خدمات توسعه کسب و کارهای روستایی را در شش عامل؛ بیمه و تسهیل‌گری نهادهای دولتی و غیردولتی (۲۰/۴۱ درصد)، کاهش هزینه تولید (۱۱/۶۲ درصد)، حمایت جامعه محلی و سوددهی (۱۱/۰۸ درصد)، پایداری و تحقیق و توسعه (۱۰/۴۹ درصد)، جاده و حمل‌ونقل (۹/۰۹ درصد) و سرمایه و تجهیزات تولید (۸/۶۸ درصد) خلاصه کرد. عامل‌های شناسایی شده در مجموع ۷۱/۵۷ درصد واریانس رضایت‌مندی صاحبان کسب و کارهای روستایی شهرستان ملکان از خدمات مربوطه را تبیین کردند.

واژه‌های کلیدی: خدمات، رضایت‌مندی، کسب و کارهای روستایی.

مقدمه

به اهمیتی که کسب و کارهای کوچک در توسعه اقتصادی کشورها دارند، توجه روز افزون سیاست‌گذاران را درجوامع مختلف به دنبال داشته‌اند (Kord, 2012). از دیدگاه اقتصادی، کسب و کارهای کوچک ابزاری برای رشد اجتماعی و اقتصادی هستند و می‌توانند در کاهش نرخ بیکاری و ایجاد فرصت‌های جدید اشتغال بسیار مؤثر باشند

بنگاه‌های کوچک و متوسط نقش مهمی در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها برعهده دارند. آن‌ها در همه اقتصادها، اغلب بنگاه‌های تجاری را تشکیل می‌دهند و نقش مهمی در ایجاد شغل در جامعه دارند و یک سوم تا دو سوم معاملات بخش خصوصی در این شرکت‌ها صورت می‌گیرد. با توجه

ابزاری برای در دسترس گذاشتن یک محصول یا خدمت برای جمعیت هدف هستند. محصول یا خدمت مفهومی وسیعی دارد و ممکن است شامل موارد زیر باشد: ۱. محصولات محسوس از قبیل وام، جاده روستایی یا بسته نوآوری‌های فناورانه برای افزایش عملکرد، ۲. خدمات از قبیل برنامه ترویجی، مراقبت‌های بهداشتی محلی یا خدمات ثبت اراضی، ۳. محصولات انتزاعی‌تر از قبیل محیط‌های توانمندساز یا پروژه‌های توسعه جامعه‌محور، ۴. همچنین یک محصول می‌تواند ترکیبی از موارد بالا باشد. سازمان‌ها و مراکز ارائه‌دهنده خدمت به کسب و کارهای روستایی، باید بسته یا خدماتی که به آن‌ها ارائه می‌دهند را متناسب با شرایط و محیط کسب و کاری منطقه روستایی موجود، تأمین نمایند (GDPRD, FAO & World Bank, 2008).

یک پروژه در ساده‌ترین سطح خود از دو جزء تشکیل شده است: محصول و نظام ارائه (تحویل). برای اینکه پروژه یا برنامه به اهداف مطلوب خود برسد، نه تنها محصول باید مورد نیاز و درخواست گروه هدف باشد، بلکه نظام ارائه هم این اطمینان را باید ایجاد کند که گروه هدف آن را دریافت خواهد کرد. یک نظام ارائه کارا، ممکن است نیازمند کسب توانمندی در هدف قرار دادن زیرگروه‌های نسبتاً خواص جمعیتی، از قبیل زنان، فقرا و افراد آسیب‌پذیر باشد (Ibid).

به‌طور معمول، تصور منابع آکادمیک و همچنین خبرگان صنعت بر این است که ارائه‌دهندگان خدمات به منظور فروش خدمات و محصولات خود همواره سعی می‌کنند خود را برای ارباب‌رجوع جذاب‌تر نشان داده و رضایت آن را محقق سازند. ارائه‌دهندگان باعث ایجاد ارزش برای دریافت‌کنندگان شده و در روابط صنعتی به عنوان شریکی ارزش‌آفرین شناخته می‌شوند. دریافت‌کنندگان می‌توانند از این ارزش به‌خوبی بهره ببرند که روابط بلندمدت راهبردی با ارائه‌دهندگان خدمات داشته باشند، چرا که شراکت پایدار و بلندمدت پایه و اساس بازار امروز است (Lawrence & Johnston, 1999). یکی از عوامل مهم پایداری روابط بین ارائه‌دهنده و دریافت‌کننده خدمات؛ جلب رضایت دریافت‌کنندگان خدمات توسط ارائه‌دهنده خدمات است. دو مورد از تعاریف مطرح برای رضایت‌مندی عبارت‌اند از: ۱- احساس عادلانه بودن و رضایت از روابط دریافت‌کننده و ارائه‌دهنده خدمات، با توجه به مزایای

(Saadi, 2013). این کسب و کارها علاوه بر ایجاد اشتغال، می‌توانند در فرایند توسعه، ظرفیت‌سازی نموده و امکان ورود به بازارهای جهانی را نیز پیدا کنند (Ale Ebrahim, 2010). طبق بررسی‌های انجام شده، این گونه کسب و کارها توانایی پاسخگویی به تغییر شدید بازار و نیازهای مشتری را دارند و به آسانی می‌توانند خود را با شرایط جدید هماهنگ کنند. در واقع آن‌ها رفتاری پویا در رویارویی با شرایط متغیر محیطی دارند (Sarosa, 2007).

صاحبان کسب و کارها به عنوان عاملی که یکی از مهم‌ترین قسمت کسب و کار یعنی مدیریت کسب و کار را بر عهده دارند، دارای نقش و جایگاه بالایی هستند. در این‌راستا، توجه به نیازها و مشکلات آن‌ها و نیز جلب رضایت‌مندی آنان از خدمات، می‌تواند نقش مهمی در توسعه کسب‌وکارهای مذکور داشته باشد.

سازمان‌های عصر حاضر ناگزیرند برای بقای خود به کیفیت محصولات و خدمات خود توجه نمایند تا از این طریق بتوانند مشتریان فعلی خود را راضی نگه دارند، مشتریان جدیدی را جذب نمایند و منابع درآمدی خود را تضمین و افزایش دهند. خدمات واژه پیچیده و دارای معانی مختلفی است و طیفی از خدمات شخصی تا خدمت به‌عنوان یک محصول را دربر می‌گیرد. خدمت فعالیت یا منفعتی است که یک‌طرف به‌طرف دیگر عرضه می‌کند که اساساً نامحسوس بوده و مالکیت چیزی را در بر ندارد. نتیجه ممکن است محصول فیزیکی یا غیرمادی باشد (Syed Javadein, 2006). یک خدمت، فعالیت یا مجموعه‌ای است از فعالیت‌های کم‌وبیش ناملموس که معمولاً و نه لزوماً در تعاملات بین مشتری و کارکنان خدمات یا منابع فیزیکی یا کالاها و یا سیستم‌های عرضه‌کننده خدمات صورت می‌گیرد و به‌عنوان راه‌حلی برای مشکلات مشتری ارائه می‌شود. رمز موفقیت هر سازمان در رفتار کمی بیش از حد انتظار با ارباب‌رجوع نهفته است. آنچه موجب خرسندی و شغف ارباب‌رجوع شود، دریافت خدمت کمی بیش از حد انتظار است. بنابراین، خدمت خوب را می‌توان چنین تعریف کرد: رفتار با مشتریان به‌نحوی که از حد انتظارشان کمی بیشتر باشد و موجب جلب رضایت آن‌ها شود (Irannezhad, 2006).

یک رهیافت ارائه خدمت این را در نظر می‌گیرد که بیشتر پروژه‌ها ویژگی مشتری دارند، این پروژه‌ها لزوماً

کسب و کار، تهیه‌ی بسته‌های تشویق‌کننده مالی است (Fini et al., 2009).

در رابطه با پیشینه تحقیق، باتوجه به این‌که تحقیقاتی که به طور مشخص به رضایت‌مندی صاحبان کسب و کارهای روستایی پرداخته باشند، کمتر بود. بنابراین، تحقیقاتی که نزدیکی مفهومی با این تحقیق داشتند، مورد استناد قرار گرفته است. در تحقیقی تحت عنوان شناسایی عوامل مؤثر بر رضایت تأمین‌کنندگان شرکت‌های پخش مواد غذایی، مشخص شد که عوامل اعتماد، سیاست پرداخت و ارتباط متقابل تأثیر مستقیمی بر رضایت تأمین‌کنندگان دارند (Abouei et al., 2016). در تحقیقی دیگر به منظور ارزیابی و تحلیل رضایت‌مندی مدیران محلی از خدمات سازمان‌های محلی، به این نتیجه رسیدند که بین رضایت‌مندی مدیران و شاخص برخورداری روستاها از خدمات ارتباطات مثبت و معنادار و با فاصله از خدمات رابطه منفی و معناداری وجود دارد (Darbane Astane et al., 2014). نتایج مطالعه رضایت‌مندی کشاورزان از بیمه محصول برنج در استان مازندران نشان داد که تسهیلات حمایتی، میزان غرامتی پرداختی، کیفیت خدمات دریافتی و پاسخگویی به شکایات در رضایت‌مندی کشاورزان مؤثر می‌باشند (Fallahi, & Gholinezagad, 2014). در پژوهشی به منظور شناسایی عوامل مؤثر بر رضایت‌مندی زنان کارآفرین در هند، مشخص شد که حمایت‌های خانوادگی و اجتماعی و اختصاص وام به زنان، به‌ویژه زنانی که از نظر اقتصادی وضع خوبی نداشتند، موجب ایجاد انگیزه و رضایت بیشتر آن‌ها از واحد تولیدی خود شد (Jyoti et al., 2011).

با توجه به مطالب اشاره شده و باتوجه به نقش مهم رضایت صاحبان از خدمات کسب و کاری ارائه شده توسط دولت و سازمان‌های مربوطه در راستای رونق و توسعه کسب و کارهای روستایی، پژوهش حاضر با هدف تحلیل رضایت‌مندی صاحبان کسب و کارهای روستایی شهرستان ملکان از خدمات کسب و کارهای روستایی انجام شد.

روش تحقیق

پژوهش حاضر به لحاظ ماهیت کاربردی و از نظر هدف، از نوع پژوهش‌های توصیفی - تحلیلی است. برای

دریافتی از دریافت‌کننده و خدمات ارائه شده از سوی ارائه‌دهنده (Essig & Amann, 2009) ۲- احساس برقراری عدالت و تساوی در روابط، اگرچه که توازن قدرت وجود نداشته باشد (Benton & Maloni, 2005). ارائه‌دهنده خدمات برای حفظ مشتریان خود و جلب رضایت آنان، می‌تواند محصولات خود را طبق نظر و سلیقه مشتریان خود تولید کند و نیز در مواقعی که به دلیل محدودیت‌های تولید (مانند خرابی یک ماشین) در فرآیند کسب و کار مشتری وقفه و یا گلوگاه جدیدی ایجاد می‌شود، ارائه‌دهنده می‌تواند سریعاً وارد عمل شده و کمبودها را جبران نماید (Steinle & Schiele, 2008). بنابراین، یکی از راه‌های توسعه و پایداری کسب و کارهای روستایی، توجه به رضایت‌مندی صاحبان کسب و کارهای روستایی از خدمات ارائه شده به آنان توسط دولت، سازمان‌های ذیربط و اتحادیه‌ها و اصناف و جامعه محلی است.

جامعه‌شناسان و اقتصاددانان بیان می‌دارند که سرمایه‌گذاری در خلأ انجام نمی‌شود. شبکه بسیار پیچیده‌ای از ارتباطات میان مصرف‌کنندگان، بنگاه‌ها، مؤسسات و نهادهای دولتی و غیره وجود دارد که «ظرف» سرمایه‌گذاری است. این ارتباطات که می‌تواند در اشکال رسمی و غیررسمی متبلور شود، به‌مثابه بستری است که کلیه رفتارهای اقتصادی از جمله، سرمایه‌گذاری در درون آن تحقق می‌یابد. اصطلاح نوظهور اما به سرعت رواج یافته «محیط نهادی کسب و کار» به همین معنی اشاره دارد (Hosseinzadeh, 2010). دسته‌ی دیگری از محققان به مکتب محیطی اشاره داشته و مجموعه‌ای از عوامل محیطی، نظیر محیط مناسب اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فناوری را در روند کارآفرینی و کسب و کار موفق مؤثر می‌دانند (Mazzarol et al, 1999 & Ostadzadeh, 2002). محققان در بررسی نقش دولت در تسهیل فعالیت‌های کارآفرینانه و کسب و کار جدید، تدوین قوانین و مقررات مرتبط، خط‌مشی‌های مالیاتی، ساده‌سازی مراحل اداری، حمایت‌های مالی و اعطای وام، آموزش، اطلاع‌رسانی و مشاوره به کارآفرینان و ایجاد زیرساخت‌های لازم را از وظایف مهم دولت می‌دانند (Lundstrom & Stevenson, 2001). به‌طورکلی، یکی از مهم‌ترین اشکال حمایت و تشویق دولت برای ایجاد

شد. برای اندازه‌گیری رضایت‌مندی صاحبان از ۲۳ متغیر مستخرج از مطالعات قبلی استفاده شد.

جدول ۱- آلفای کرونباخ رضایت‌مندی از خدمات کسب‌وکار		
مقیاس	تعداد متغیر	آلفای کرونباخ
متغیرهای رضایت‌مندی	۲۳	۰/۸۷

یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش نشان داد که ۵۵ نفر از صاحبان کسب و کارهای روستایی (۴۵/۸ درصد) در دامنه سنی ۲۶-۳۵ سال قرار داشتند و میانگین سنی آن‌ها ۳۳ سال بود. همچنین ۶۱ نفر از ایشان (۵۰/۸ درصد) سطح تحصیلات ابتدایی تا راهنمایی داشتند و ۹۲ نفر (۷۶/۷ درصد) متأهل، ۱۱۲ نفر (۹۴ درصد) مرد و همچنین ۱۰۶ نفر (۸۸/۳ درصد) آن‌ها در روستا ساکن بودند. ۵۲ درصد از کسب و کارهای مطالعه شده نیز جزء کسب و کارهای تولیدی و مصالح ساختمانی دسته‌بندی شدند و میانگین درآمد ماهانه کسب و کارها ۱۲۴۰۰۰۰۰ ریال به دست آمد (جدول ۲).

گردآوری اطلاعات، از دو روش اسنادی و میدانی استفاده شد. ابزار اصلی تحقیق پرسشنامه‌ای بود که روایی آن توسط پانل متخصصان و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ تأیید شد (جدول ۱). جامعه آماری تحقیق شامل صاحبان کسب و کارهای روستایی شهرستان ملکان استان آذربایجان شرقی بود. ۱۲۰ نفر از صاحبان کسب و کارهای روستایی به روش نمونه‌گیری در دسترس (به دلیل فقدان چارچوب نمونه‌گیری مشخص)، در ۸ روستای شهرستان ملکان که کسب و کارهای روستایی در آن روستاها رونق و فراوانی بالایی داشتند، مورد مطالعه قرار گرفتند. حجم نمونه مورد توصیه در مطالعات مبتنی بر تحلیل عاملی، ۱۰ الی ۲۰ نفر به ازای هر متغیر تعیین شده است (Thompson, 2004). Gorsuch (1983) حداقل مطلق را پنج نفر به ازای هر متغیر پیشنهاد کرده است، با این شرط که حجم نمونه در هیچ حالتی کم‌تر از ۱۰۰ نفر نشود. تجزیه و تحلیل اطلاعات، از طریق نرم‌افزار SPSS²⁴ و با استفاده از ضریب تغییرات و تکنیک تحلیل عاملی اکتشافی انجام

جدول ۲- ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای پاسخگویان

متغیر	ویژگی‌ها	درصد فراوانی و تعداد
تأهل	مجرد	۲۸ (۲۳/۳٪)
	متأهل	۹۲ (۷۶/۷٪)
جنسیت	مرد	۱۱۲ (۹۴٪)
	زن	۸ (۶٪)
مکان سکونت	شهر	۱۰ (۸/۳٪)
	روستا	۱۰۶ (۸۸/۳٪)
	هر دو	۴ (۳/۳٪)
سطح تحصیلات	بی‌سواد	۰
	ابتدایی و راهنمایی	۶۱ (۵۰/۸٪)
	متوسطه و پیش‌دانشگاهی	۳۶ (۳۰٪)
	فوق دیپلم و کارشناسی	۱۸ (۱۵٪)
	فوق لیسانس دکتری	۳ (۲/۵٪) ۲ (۱/۷٪)
انواع کسب و کارهای مورد مطالعه	فراوری و خدمات کشاورزی	۲۳ (۱۹/۱٪)
	تولیدی و مصالح ساختمانی خدمات عمومی	۶۳ (۵۲/۵٪) ۳۴ (۲۸/۳٪)
سن مالک (میانگین = ۳۳ سال)	۱۴-۲۵	۲۶ (۲۱/۷٪)
	۲۶-۳۵	۵۵ (۴۵/۸٪)
	۳۶-۴۵	۲۷ (۲۲/۵٪)
	۴۶-۵۵	۱۰ (۸/۳٪)
	۵۶ >	۲ (۱/۷٪)
درآمد کسب و کار (ریال) (میانگین = ۱۲۴۰۰۰۰۰ ریال)	کمتر از ۸,۰۰۰,۰۰۰	۳۴ (۲۸/۴٪)
	۸,۰۱۰,۰۰۰ - ۱۴,۰۰۰,۰۰۰	۴۹ (۴۰/۸٪)
	۱۴,۰۱۰,۰۰۰ - ۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۹ (۲۴/۲٪)
	بالاتر از ۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۸ (۶/۷٪)

منبع: یافته‌های تحقیق

به‌موقع محصول به بازار»، «نیروی کار با قیمت مناسب» و «اطلاعات در مورد نیازها و سلاقی مشتریان» داشتند و کمترین رضایت را به‌ترتیب در خصوص متغیرهای «بیمه اجتماعی شامل بازنشستگی و از کار افتادگی»، «نرخ سود تسهیلات بانکی» و «حمایت سازمان‌ها و ادارات دولتی در صدور مجوز و تسهیلات مالی و معافیت‌های مالیاتی» داشته‌اند (جدول ۴).

جدول ۳- طبقه‌بندی صاحبان کسب و کارهای روستایی بر اساس میزان رضایت‌مندی آن‌ها

گروه‌ها	تعداد	درصد	درصد
رضایت‌مندی پایین	۵۰	۴۱/۷	تجمعی
رضایت‌مندی متوسط	۶۴	۵۳/۳	۹۵
رضایت‌مندی بالا	۶	۵	۱۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق

وضعیت رضایت‌مندی صاحبان کسب و کارهای روستایی از خدمات مربوطه

به‌منظور بررسی میزان رضایت‌مندی صاحبان کسب و کارهای روستایی از خدمات ارائه شده در رابطه با کسب و کارها آن‌ها، صاحبان کسب و کارها بر اساس امتیاز ترکیبی، به سه گروه با رضایت‌مندی پایین، متوسط و بالا طبقه‌بندی شدند. نتایج نشان داد که به‌ترتیب ۵، ۵۳/۳ و ۴۱/۷ درصد صاحبان کسب و کارهای مورد مطالعه دارای رضایت‌مندی بالا، متوسط و پایین بودند (جدول ۳).

در ادامه به منظور اولویت‌بندی گویه‌های مربوط به رضایت‌مندی صاحبان کسب و کارهای روستایی از خدمات ارائه شده به آن‌ها از ضریب تغییرات استفاده شد. نتایج حاصل از بررسی ضریب تغییرات نشان داد که صاحبان کسب و کارهای روستایی بیشترین رضایت را در رابطه با گویه‌های «وسایل نقلیه مناسب برای انتقال

جدول ۴- اولویت‌بندی گویه‌های رضایت‌مندی صاحبان کسب و کارهای روستایی از خدمات ارائه شده به آنان

اولویت	گویه	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات
۱	وسایل نقلیه مناسب برای انتقال به‌موقع محصول به بازار	۶/۸۳	۲/۳۸	۰/۳۴۸
۲	نیروی کار با قیمت مناسب	۵/۸۸	۲/۲۶	۰/۳۸۴
۳	اطلاعات در مورد نیازها و سلاقی مشتریان	۶/۳۷	۲/۴۶	۰/۳۸۶
۴	کیفیت نهاده‌های مورد نیاز	۵/۳۸	۲/۱۲	۰/۳۹۴
۵	بهره‌مندی به‌موقع از نیروی کار	۵/۶۳	۲/۲۵	۰/۴۰۱
۶	مناسب بودن جاده‌های مواصلاتی برای انتقال محصولات تولیدی به بازار و خرید نهاده‌ها	۵/۷۲	۲/۷	۰/۴۷۲
۷	اثربخشی خدمات ارائه شده بر میزان موفقیت کسب‌وکارهای روستایی در سال‌های اولیه (معمولاً در ۵ سال اول)	۵/۱۶	۲/۴۴	۰/۴۷۳
۸	قیمت‌مواد اولیه مورد نیاز و نهاده‌ها	۴/۷۶	۲/۲۸	۰/۴۷۸
۹	تأمین دستگاه‌ها و تجهیزات تولید مورد نیاز و تسهیل دستیابی به آنها	۵/۳۱	۲/۵۵	۰/۴۸
۱۰	نقش خدمات ارائه شده در سوددهی کسب و کار	۴/۵۶	۲/۲۹	۰/۵۰۲
۱۱	تأثیر خدمات ارائه شده بر رشد و توسعه کسب و کار نسبت به گذشته	۵/۴۳	۲/۷۵	۰/۵۰۷
۱۲	حمایت مردم محلی و اهالی روستا از کسب و کار	۴/۶۴	۲/۷۳	۰/۵۸۹
۱۳	تعرفه خدمات عمومی مانند آب، برق، گاز	۴/۰۳	۲/۶۶	۰/۶۶۱
۱۴	بهره‌مندی از توصیه‌های کارشناسان برای بهبود تولید	۴/۲۴	۲/۸۸	۰/۶۷۸
۱۵	تأمین به‌موقع سرمایه مورد نیاز	۳/۴۱	۲/۳۴	۰/۶۸۷
۱۶	معافیت‌های مالیاتی	۳/۸۵	۲/۷۳	۰/۷۱
۱۷	حمایت و همراهی مردم محلی برای راه اندازی یک کسب و کار جدید به صورت گروهی	۳/۴۲	۲/۵۲	۰/۷۳۸
۱۸	بیمه واحد تولیدی	۳/۵۹	۲/۶۶	۰/۷۳۹
۱۹	حمایت و همکاری مسئولان محلی (مانند دهیاری و شورای اسلامی) در ارائه آمار و اطلاعات، امکانات اولیه و زیر ساختی برای راه‌اندازی کسب و کار	۳/۷۸	۲/۸۱	۰/۷۴۲
۲۰	حمایت اتحادیه‌ها و تعاونی‌ها در تأمین نهاده‌ها، فروش و بازاریابی محصولات	۲/۷۷	۲/۱۳	۰/۷۷
۲۱	حمایت سازمان‌ها و ادارات دولتی در صدور مجوز و تسهیلات مالی و معافیت‌های مالیاتی	۲/۸۱	۲/۲۹	۰/۸۱۶
۲۲	نرخ سود تسهیلات بانکی	۲/۶۴	۲/۲۹	۰/۸۶۳
۲۳	بیمه اجتماعی (بازنشستگی و از کار افتادگی)	۳/۹	۲/۶۳	۱/۱۸۷

منبع: یافته‌های تحقیق

مسئولین و سازمان‌های مرتبط به لحاظ سیاستی و برنامه‌ریزی صحیح برای کسب و کارهای روستایی را خاطر نشان می‌سازد و نشان دهنده این نکته است که رضایت صاحبان کسب و کارهای روستایی از خدمات به میزان زیادی در گرو این مؤلفه قرار دارد. این مؤلفه «بیمه و تسهیل‌گری نهادهای دولتی و غیردولتی» نام‌گذاری شد. همچنین نتایج نشان می‌دهد که مؤلفه دوم با ۱۱/۶۲ درصد سهم در تبیین واریانس، در درجه بعدی قرار دارد. این مؤلفه شامل ۳ متغیر بود که به ترتیب مقدار بار عاملی از زیاد به کم عبارتند از: قیمت نهاده‌ها و مواد اولیه مورد نیاز؛ کیفیت نهاده‌های مورد نیاز؛ تعرفه خدمات عمومی. به‌طور کلی می‌توان گفت که در صورت پایین بودن هزینه‌های تولید و همزمان افزایش کیفیت نهاده‌ها، رضایت‌مندی صاحبان کسب و کارها از خدمات را موجب خواهند شد. باتوجه به گویه‌های بارگذاری شده، این مؤلفه را می‌توان «کاهش هزینه تولید» نام‌گذاری کرد.

مؤلفه سوم با تبیین ۱۱/۰۸ درصد واریانس بر ساخت رضایت‌مندی صاحبان، در رتبه سوم قرار گرفت. هر چند که میان تبیین واریانس آن نزدیک به عامل دوم می‌باشد. این مؤلفه شامل ۳ متغیر حمایت و همراهی مردم محلی برای راه‌اندازی یک کسب و کار جدید به صورت گروهی؛ حمایت مردم محلی و اهالی روستا از کسب و کار و تأثیر خدمات ارائه شده بر میزان سوددهی کسب و کار است که اشاره به حمایت مسئولین محلی و همچنین مردم روستاها در اهتمام به همکاری در جهت ایجاد و راه‌اندازی یک کسب و کار جدید و اطمینان مالک از تأمین نیروی کار مورد نیاز و زیرساخت‌ها و خدمات مورد نیاز دارد. سوددهی هم که به طور مشخص هدف مهمی در راه‌اندازی یک کسب و کار و رضایت‌مندی صاحبان را به همراه خواهد داشت. لذا می‌توان این مؤلفه را «حمایت جامعه محلی و سوددهی» نام‌گذاری کرد. در رابطه با مؤلفه چهارم که ۱۰/۴۹ درصد از واریانس کل رضایت‌مندی صاحبان را تبیین کرد، به ترتیب شامل ۳ متغیر تأثیر خدمات ارائه شده بر میزان موفقیت کسب و کارهای روستایی در سال‌های اولیه (معمولاً در ۵ سال اول)؛ بهره‌مندی از توصیه‌های کارشناسان برای بهبود تولید و تأثیر خدمات ارائه شده

توجه: پاسخگویان به هر کدام از گویه‌ها نمره‌ای از ۱-۱۰ اختصاص داده‌اند که هر چه مقدار امتیاز بیشتر باشد، نشان از رضایت‌مندی بالای صاحب کسب و کار است.

تحلیل ساختار عاملی رضایت‌مندی صاحبان کسب و کارهای روستایی از خدمات مربوطه

به‌منظور شناسایی ابعاد رضایت‌مندی صاحبان کسب و کارهای روستایی از خدمات مربوطه، ۲۳ گویه با تکنیک تحلیل عاملی اکتشافی و چرخش از نوع واریماکس تحلیل شدند. از بین ۲۳ گویه، ۵ مورد به‌دلیل این‌که بار عاملی قابل توجهی بر روی هیچ یک از مؤلفه‌ها نداشتند، از تحلیل کنار گذاشته شدند و تنها گویه‌هایی باقی ماندند که بار عاملی آن‌ها بالاتر از ۰/۴۰ بود. پس از حذف متغیرهای با بار عاملی پایین، مجدداً تحلیل عاملی مؤلفه‌های اصلی به کار گرفته شد. هدف از این کار، دستیابی به ابعادی است که به صورت پنهانی در مجموعه گویه‌ها وجود دارد که به آسانی قابل مشاهده نیست (کلانتری، ۱۳۹۲). آزمون KMO و بارتلت مناسب داده‌ها را برای تحلیل عاملی اکتشافی نشان می‌دهد (جدول ۵).

جدول ۵- آزمون بارتلت و KMO

KMO	مقدار بارتلت	سطح معناداری
۰/۷۹۶	۷۵۶/۷۰۶	۰/۰۰۰

نتایج مندرج در جدول (۶) نشان می‌دهد که مؤلفه اول با ۲۰/۴۱ درصد بیش‌ترین سهم را در تبیین واریانس کل متغیرهای مربوط به رضایت‌مندی صاحبان کسب و کارهای روستایی شهرستان ملکان را دارد. این مؤلفه شامل ۵ متغیر (به ترتیب میزان بار عاملی) بیمه واحد تولیدی؛ بیمه اجتماعی (بازنشستگی و از کار افتادگی)؛ حمایت اتحادیه‌ها و تعاونی‌ها در تأمین نهاده‌ها، فروش و بازاریابی محصولات؛ حمایت سازمان‌ها و ادارات دولتی در صدور مجوز، حمایت‌های مالی و معافیت‌های مالیاتی و حمایت و همکاری مسئولان محلی (دهیاری و شورای اسلامی) در ارائه آمار و اطلاعات، امکانات اولیه و زیرساختی برای راه‌اندازی کسب و کار بود. مؤلفه مذکور عمدتاً نیاز به حمایت

بازارهای هدف و تأمین‌کننده‌های نهاده‌ها فاصله دارند. این مؤلفه «جاده و حمل و نقل» نام‌گذاری شد و در نهایت، مؤلفه ششم که ۸٫۸۶ درصد از کل واریانس را تبیین کرد، شامل ۲ متغیر تأمین به‌موقع سرمایه مورد نیاز و تأمین دستگاه‌ها و تجهیزات تولید و تسهیل دستیابی به آن‌ها بود که نیاز به سرمایه‌گذاری مناسب و به‌موقع را عنوان می‌کند. سرمایه‌گذاری در کسب و کار یک عامل مهم می‌باشد که مدنظر صاحبان است و در صورت تأمین، رضایت صاحب کسب و کار را به همراه خواهد داشت. نتایج نشان که ۶ مؤلفه در مجموع ۷۱/۶ درصد واریانس بر ساخت «رضایتمندی صاحبان کسب و کارهای روستایی از خدمات ارائه شده به آنان» را از نظر صاحبان کسب و کارهای روستایی شهرستان ملکان تبیین کردند (جدول ۶).

در رشد و توسعه کسب و کار خود نسبت به گذشته بود که نماینگر نیازمندی به پایداری کسب و کار و تحقیق و توسعه است. یعنی علاوه بر اینکه مالک نیاز به پایداری کسب و کار فکر می‌کند، همزمان توسعه کسب و کار را نیز مهم می‌داند. این مؤلفه «پایداری و تحقیق و توسعه» نام گرفت.

مؤلفه پنجم با تبیین ۹/۰۹ درصد از واریانس شامل ۲ متغیر بود که به ترتیب بار عاملی عبارتند از؛ وسایل نقلیه مناسب برای انتقال به‌موقع محصول به بازار و مناسب بودن جاده‌های مواصلاتی برای انتقال محصولات تولیدی به بازار و خرید نهاده‌ها، که به وضوح اشاره به سهولت انتقال و مناسب بودن زیرساخت‌ها برای انتقال سریع و راحت محصول و نهاده‌ها دارد و این امر به این دلیل است که عمدتاً کسب و کارهای روستایی از

جدول ۶- تحلیل مؤلفه‌های رضایتمندی صاحبان کسب و کارهای روستایی

نام عامل	متغیرها	بار عاملی	مقدار ویژه	درصد از واریانس کل	واریانس جمعی
بیمه و تسهیل‌گری نهاده‌های دولتی و غیردولتی	بیمه واحد تولیدی	۰/۸۳۵	۳/۶۷۵	۲۰/۴۱	۲۰/۴۱
	بیمه اجتماعی (بازنشستگی و از کار افتادگی)	۰/۸۱۰			
	حمایت اتحادیه‌ها و تعاونی‌ها در تأمین نهاده‌ها، فروش و بازاریابی محصولات	۰/۷۷۲			
	حمایت سازمان‌ها و ادارات دولتی در صدور مجوز، حمایت‌های مالی و معافیت‌های مالیاتی	۰/۷۵۶			
کاهش هزینه تولید	حمایت و همکاری مسئولان محلی (مانند دهیاری و شورای اسلامی) در ارائه آمار و اطلاعات، امکانات اولیه و زیر ساختی برای راه‌اندازی کسب و کار	۰/۶۶۹	۲/۰۹۲	۱۱/۶۲۲	۳۲/۰۴
	قیمت نهاده‌ها و مواد اولیه مورد نیاز	۰/۸۱۷			
	کیفیت نهاده‌های مورد نیاز	۰/۸۱۴			
حمایت جامعه محلی و سوددهی	تعرفه خدمات عمومی مانند آب، برق، گاز	۰/۵۴۲	۱/۹۹۶	۱۱/۰۸۹	۴۳/۱۳
	حمایت و همراهی مردم محلی برای راه‌اندازی یک کسب و کار جدید به صورت گروهی	۰/۷۹۵			
	حمایت مردم محلی و اهالی روستا از کسب و کار	۰/۷۳۴			
	تأثیر خدمات ارائه شده بر میزان سوددهی کسب و کار	۰/۵۰۶			
پایداری و تحقیق و توسعه	تأثیر خدمات ارائه شده بر میزان موفقیت کسب و کارهای روستایی در سال‌های اولیه (معمولاً در ۵ سال اول)	۰/۷۴۹	۱/۸۸۸	۱۰/۴۹	۵۳/۶۲
	بهره‌مندی از توصیه‌های کارشناسان برای بهبود تولید	۰/۶۶۱			
	اثربخشی خدمات ارائه شده در رشد و توسعه کسب و کار خود نسبت به گذشته	۰/۶۲۳			
جاده و حمل و نقل	وسایل نقلیه مناسب برای انتقال به‌موقع محصول به بازار	۰/۸۰۶	۱/۶۳۶	۹/۰۹	۶۲/۷۱
	مناسب بودن جاده‌های مواصلاتی برای انتقال محصولات تولیدی به بازار و خرید نهاده‌ها	۰/۷۰۵			
سرمایه و تجهیزات	تأمین به‌موقع سرمایه مورد نیاز	۰/۷۰۸	۱/۵۹۶	۸/۸۶۷	۷۱/۵۷
	تأمین دستگاه‌ها و تجهیزات تولید مورد نیاز و تسهیل دستیابی به آن‌ها	۰/۶۸۳			

منبع: یافته‌های تحقیق

نتایج و بحث

کسب و کارهای روستایی راهی برای شکوفایی اقتصاد روستایی و به تبع آن توسعه پایدار روستایی است. با کسب و کارهای روستایی اقتصاد روستایی متنوع گشته و اشتغال و کارآفرینی روستایی بهبود خواهد یافت. در این میان صاحبان به عنوان عامل اصلی رشد و توسعه کسب و کارهای روستایی دارای اهمیت ویژه‌ای هستند و توجه به رضایت‌مندی آنان از کسب و کار الزامی به نظر می‌رسد. در تحقیق حاضر ۱۲۰ نفر از صاحبان کسب و کارهای روستایی شهرستان ملکان مورد مطالعه قرار گرفت که هدف از این مطالعه، تحلیل رضایت‌مندی صاحبان کسب و کارها از خدمات کسب و کارهای روستایی و ساختار عاملی مربوطه بود.

نتایج نشان داد که رضایت‌مندی تنها ۵ درصد از صاحبان کسب و کارهای مورد مطالعه در سطح بالایی قرار داشته است. همچنین اولویت‌بندی گویه‌های رضایت‌مندی نشان داد که صاحبان کسب و کارهای روستایی بیشترین رضایت را به ترتیب نسبت به گویه‌های «وسایل نقلیه مناسب برای انتقال به‌موقع محصول به بازار»، «نیروی کار با قیمت مناسب» و «اطلاعات در مورد نیازها و سلیقه مشتریان» داشتند. از طرفی کم‌ترین رضایت را به‌ترتیب نسبت به گویه‌های «بیمه اجتماعی شامل بازنشستگی و از کار افتادگی»، «نرخ سود تسهیلات بانکی» و «حمایت سازمان‌ها و ادارات دولتی در صدور مجوز، حمایت‌های مالی و معافیت‌های مالیاتی» داشتند.

نتایج حاصل از تحلیل عاملی نشان داد که به‌طور کلی، رضایت‌مندی صاحبان کسب و کارهای روستایی از خدمات مربوطه در ۶ مؤلفه خلاصه شد که در مجموع ۷۱/۶۰ درصد از واریانس کل رضایت‌مندی را تبیین کردند. مؤلفه اول تحت عنوان «بیمه و تسهیل‌گری نهادهای دولتی و غیردولتی»، با ۲۰/۴۱ درصد، بیش‌ترین سهم را در تبیین واریانس کل متغیرهای مربوط به عوامل رضایت‌مندی صاحبان کسب و کارهای روستایی شهرستان ملکان را داشت. این عامل که شامل ۵ متغیر بود نشان دهنده این نکته می‌باشد که رضایت صاحبان کسب و کارها به میزان زیادی در گرو حمایت سازمان‌ها و نهادهای دولتی در جهت برنامه‌ریزی

صحیح و وضع قوانین و مقررات مناسب در جهت حمایت از کسب و کارهای روستایی و از بین بردن قوانین دست و پاگیر و بیمه واحد تولیدی و انجام تعهدات مربوط به آن می‌باشد. این مؤلفه با یافته‌های (Jyoti و Fallahi, & Gholinezgard (2014) و همکاران (۲۰۱۱) همخوانی دارد که به‌نوعی به حمایت‌های مالی از صاحبان اشاره کرده‌اند. مؤلفه دوم «کاهش هزینه تولید» بود که ۱۱/۶۲ درصد از واریانس رضایت‌مندی صاحبان را تبیین نمود. این عامل شامل شامل ۳ متغیر بود و رضایت‌مندی صاحبان را در گرو کاهش هزینه‌ها و افزایش کیفیت نهادهای عنوان می‌کرد، که به لحاظ اقتصادی نیز کاملاً معقول می‌باشد. این مؤلفه نیز با یافته‌های (Fallahi, & Gholinezgard (2014) مطابقت دارد که اشاره به کیفیت خدمات ارایه شده در جلب رضایت صاحبان کسب و کارها دارد. «حمایت جامعه محلی و سوددهی» مؤلفه سوم بود که ۱۱/۰۸ درصد واریانس را تبیین کرد. این مؤلفه شامل ۳ متغیر بود که اشاره به حمایت مسئولین محلی و همچنین مردم روستاها در اهتمام به همکاری در جهت ایجاد یک کسب و کار جدید و اطمینان مالک از تأمین نیروی کار مورد نیاز و زیرساخت‌ها و خدمات مورد نیاز دارد. سوددهی هم به طور مشخص هدف مهمی در راه‌اندازی یک کسب و کار بوده و در صورت تحقق، رضایت‌مندی مالک را به همراه خواهد داشت. نتیجه مطالعه (Jyoti et al., 2011) این یافته را تأیید می‌کند. مؤلفه چهارم «پایداری و تحقیق و توسعه» نام‌گذاری شد که ۱۰/۴۹ درصد از واریانس بر ساخت رضایت‌مندی صاحبان را تبیین کرد و شامل ۳ متغیر بود که نمایانگر نیازمندی به پایداری کسب و کار و تحقیق و توسعه در رابطه با شناسایی چالش‌ها و مشکلات کسب و کارهای روستایی و دلایل شکست آن‌ها در سال‌های اولیه است. «جاده و حمل و نقل» به‌عنوان مؤلفه پنجم ۹/۰۹ درصد از واریانس را تبیین نمود و شامل ۲ متغیر بود که به وضوح اشاره به توجه مالک به سهولت انتقال و مناسب بودن زیر ساخت‌ها برای انتقال سریع و راحت محصول و نهادهای دارد. مؤلفه «سرمایه و تجهیزات» با تبیین ۸/۸۶ درصد از کل واریانس به‌عنوان مؤلفه ششم شناخته شد و شامل ۲ متغیر بود. سرمایه‌گذاری در کسب و کار یک

کار، بازاریابی محصولات و نیز هدایت و مشاوره سرمایه‌گذاران روستایی.

مشارکت و همکاری بیشتر روستاییان و مسئولان محلی با صاحب کسب و کارها در راه‌اندازی و توسعه کسب و کار جدید روستایی و ارائه اطلاعات صحیح و ایجاد اطمینان خاطر مالک در جهت تأمین نیروی کار و شرایط مورد در جهت سرمایه‌گذاری و ایجاد کسب و کار.

ایجاد خوشه‌ها و ناحیه‌های صنعتی در جهت کاهش هزینه‌های تولید و امکان بهبود حمل و نقل و تأمین نیازهای کسب و کار از طریق یکدیگر و کاهش هزینه‌های زیرساخت‌ها و افزایش امنیت.

ارایه آموزش و مشاوره‌های صحیح و ایجاد انگیزش در صاحبان در جهت پایداری در سال‌های اولیه و عدم تعطیلی کسب و کار در صورت مشکل‌های مقطعی و استفاده از تجارب مردم باتجربه و نهادهای محلی برای حل مشکلات.

عامل مهم می‌باشد که در اولویت نظر صاحبان قرار دارد و در صورت تأمین، رضایت صاحبان را به همراه خواهد داشت. به‌طور کلی، یافته‌های (Darbane Astane et al., 2014)، یافته‌های این تحقیق را تأیید می‌کند؛ بدین صورت که هرچه میزان دسترسی صاحبان و مدیران به خدمات راحت‌تر و نزدیک‌تر باشد، رضایت آن‌ها نیز بیشتر خواهد بود. در نهایت، باتوجه به نتایج تحقیق و مشاهدات میدانی محققان، پیشنهادهای زیر توصیه می‌شود.

لزوم برگزاری جلسات، کنفرانس‌ها جهت آگاهی سازمان‌های محلی از نیازهای صاحبان کسب و کارها و بحث و تبادل نظر برای بهبود کسب و کارهای روستایی و تأمین نیازهای دو طرف و آگاهی از مشکلات و مسائل به‌وجود آمده.

حمایت و همراهی دولت و سازمان‌های مربوطه از کسب و کارهای روستایی به منظور تأمین هزینه‌های اولیه ایجاد کسب و کار و ارائه تسهیلات بانکی ارزان قیمت، تأمین نهاده‌ها و زیرساخت‌های ایجاد کسب و

REFERENCES

1. Abouei, M.H, Mubad, F, & Fallahnezhad, M.S. (2016). Identify factors influencing satisfaction of suppliers of food distribution companies, Scientific-extension, *Journal of Supply chain management*, 18(53). (in Farsi).
2. Ale Ebrahim, N., Ahmed, S., & Taha, Z. (2010). SMEs; Virtual research and development (R&D) teams and new product development: A literature review [Review]. *International Journal of the Physical Sciences*, 5(7), 916-930.
3. Benton, W. & Maloni, M. (2005). The influence of power driven buyer/seller relationships on supply chain satisfaction, *Journal of Operations Management*. 23(1): 1-22.
4. Darbane Astane, A. Ghanbari, M. & Sahraiyeh Khanghah, M. (2014). Local managers evaluate and analyze the satisfaction of Local Service Organizations Case study: villages of Shirvan city and County, *Human Geography Research*, 4(46). 771-789. (in Farsi).
5. Essig, M. & Amann, M. (2009). Supplier satisfaction: Conceptual basics and explorative findings. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 15(2): 103-113.
6. Fallahi, E. & Gholinezhad, S. (2014). Identify and ranking factors affecting the satisfaction of the farmers of rice insurance in the province Mazandaran, (AHP). *Agricultural Economic research* :, 6(21); 121-135 (in Farsi)
7. Fini, R., Grimaldi, R., & Sobrero, M.(2009). Factors fostering academics to start up new ventures: an assessment of Italian founders' incentives. *Journal of Technology Transfer*, 34: 380-402.
8. Global Donor platform for Rural Development (GDPRD), Food and Agricultural Organization of the United Nations and The World Bank, (2008). *Tracking results in agricultural and rural development in Less-ideal conditions*, Washington, DC. Translators: Varmazyari, H., & Jamshidi, O, First Edition, *Researches Center of Islamic Council Parliament*.
9. Gorsuch, R. L. (1983). *Factor analysis* (2nd ed). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
10. Hosseinzadeh bahreini, M.S. & Malekosadati, S. (2011). Institutional barriers to investment and business in Iran. *Journal Bulletin Commerce*, 138, 25-55(in Farsi)
11. Hosseinzadeh bahreini.M.H & Malekosadati,S.. (2011), Business investment and institutional barriers in Iran, *Journal of Business Research*, No5, Vol 15, No 56, pp 25-55
12. Irannezhad, M. (2006). Honoring the customer and provide top quality services- fundamental change in the administrative system of the country, Tehran, *Journal of administrative change*, 6 (49).pp 85-103 (In Farsi).

13. Johnston, R., & Lawrence, P. R. (1999). Beyond vertical integration—the rise of the value-adding partnership. *Thompson, G.(et al.)(Eds.), Markets, hierarchies and networks, The Coordination of Social Life, Sage, London*, 193-202.
14. Jyoti, J., Sharma, J., & Kumari, A. (2011). Factors affecting orientation and satisfaction of women entrepreneurs in rural India. *Annals of innovation & entrepreneurship*, 2(1), pp1-13
15. Kord, B.(2012). Factors associated with empowerment business Small and medium-sized service, *Public management research*, 5(5), -134. (in Farsi).
16. Lundstrom, A., & Stevenson, L. (2001). Entrepreneurship policy for the future Vol1of the Entrepreneurship for the Future Series. *Swedish Foundation for Small Business Research, PP 1-244*.
17. Mazzarol, T, Volery, T, Doss, N., & Thein, V. (1999). Factors influencing small business start-ups: A comparison with previous research, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & esearch*, 5(2): 48-63.
18. Ostadzadeh, Z. (2002). Entrepreneurship, employment and development, *Approach Journal*, (29) 71-81.(in Farsi).
19. Saadi, H. (2013). The role of small businesses in providing the basic needs of women’s Heads of rural households in the province of Hamedan. *Iran Agricultural Economics and Development Research*, 44 (2). 271-282. (in Farsi).
20. Sarosa, S. (2007). *The information technology adoption process within Indonesian small and medium enterprises*. University of Technology, Sydney.
21. Steinle, C., & Schiele, H. (2008). Limits to global sourcing?: Strategic consequences of dependency on international suppliers: Cluster theory, resource-based view and case studies. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 14(1), 3-14.
22. Syed Javadein, S., & Kymasy, m. (2006). *Quality management services*, publishers: knowledge look, Tehran, first edition. (In Farsi).
23. Thompson, B. (2004). *Exploratory and confirmatory factor analysis: Understanding concepts and applications*. American Psychological Association.