

Identifying Barriers to Rural Entrepreneurship Development in Afghanistan (A Case Study: Farah Province)

Mahfoozullah Rashid¹ , Nasir Ahmad Nusrat² 

1. Candidate Assistant Professor, Department of Agricultural Economics and Rural Development, Faculty of Agriculture, Farah Institute of Higher Education, Farah, Afghanistan .(Corresponding Author). Email: Mahfoozullahrashed7@gmail.com

2. Assistant Professor, Department of Agronomy, Faculty of Agriculture, Farah Institute of Higher Education, Farah, Afghanistan. Email: Nasirahmadnusrat100@gmail.com

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:
Received: 26/10/2024
Received in revised form:
11/12/2024
Accepted: 1/3/2025
Available online :
20/3/2025

Keywords:
Rural entrepreneurship,
Sustainable development,
Structural barriers

ABSTRACT

Rural entrepreneurship is considered one of the fundamental strategies for poverty reduction, job creation, and achieving sustainable development in rural communities of developing countries. Afghanistan, despite significant potential in agriculture, natural resources, and a young workforce, still faces extensive challenges in developing entrepreneurship in rural areas. This research aims to identify the main obstacles to entrepreneurship development in Farah Province. The research method was qualitative, based on semi-structured interviews conducted with 130 local entrepreneurs, tribal elders, government officials, students, teachers, and other informed individuals. Samples were selected purposefully, and data analysis was carried out using the qualitative content analysis method. The research findings indicate that rural entrepreneurship development in Farah Province faces a range of structural, economic, social, and institutional barriers. The most important of these obstacles include: lack of security and political stability, limited access to financial resources, severe weakness in infrastructure, absence of a clear support system, low levels of education and skills, cultural and social limitations, lack of stable markets, absence of entrepreneurship development centers, and legal and regulatory challenges. These obstacles are interconnected and have led to a reduction in motivation, opportunities, and economic growth capacity in rural communities. Based on the findings, the research emphasizes the necessity of adopting a multidimensional and coordinated approach among governmental, local, and private institutions to empower rural entrepreneurs. Establishing support centers, improving access to funding, reforming regulations, and strengthening the culture of entrepreneurship are among the key solutions proposed by this study.

Cite this article: Rashed, M. & Nasrat, N. (2025). Identifying Barriers to Rural Entrepreneurship Development in Afghanistan (A Case Study: Farah Province), *Kateb Journal of Economics and Management*, 3 (2), 99-119.



© The Author(s).

Publisher: Kateb University.

شناسایی موانع توسعه کارآفرینی روستایی در افغانستان (مطالعه

موردی: ولایت فراه)

محفوظ الله راشد^۱ ✉، نصیر احمد نصرت^۲ 

۱. نامزد پوهنبر دیپارتمنت اقتصاد و توسعه زراعتی، پوهنچى زراعت، مؤسسه تحصیلات عالی فراه، فراه، افغانستان (نویسنده مسؤول).

ایمیل: Mahfoozullahrashed7@gmail.com

۲. پوهنبر دیپارتمنت اگراونومی، پوهنچى زراعت، مؤسسه تحصیلات عالی فراه، فراه، افغانستان.

ایمیل: Nasirahmadnasrat100@gmail.com

چکیده

اطلاعات مقاله

کارآفرینی روستایی یکی از راهبردهای اساسی برای کاهش فقر، ایجاد اشتغال و تحقق توسعه پایدار در جوامع روستایی کشورهای در حال توسعه به شمار می‌رود. افغانستان، با وجود ظرفیت‌های قابل توجه در عرصه‌های زراعت، منابع طبیعی و نیروی کار جوان، همچنان با چالش‌های گسترده‌ای در توسعه کارآفرینی در نواحی روستایی مواجه است. این پژوهش با هدف شناسایی موانع اصلی توسعه کارآفرینی در ولایت فراه انجام شده است. روش تحقیق کیفی و مبتنی بر مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته بوده که با ۱۳۰ نفر از کارآفرینان محلی، بزرگان قومی، مسؤولین ادارات دولتی، متعلمین، استادان و سایر افراد مطلع انجام یافته است. انتخاب نمونه‌ها به صورت هدفمند و تحلیل داده‌ها با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی صورت گرفته است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که توسعه کارآفرینی روستایی در ولایت فراه با مجموعه‌ای از موانع ساختاری، اقتصادی، اجتماعی و نهادی مواجه است. مهم‌ترین این موانع عبارت‌اند از: نبود امنیت و ثبات سیاسی، محدودیت در دسترسی به منابع مالی، ضعف شدید در زیرساخت‌ها، فقدان نظام حمایتی مشخص، سطح پایین آموزش و مهارت، محدودیت‌های فرهنگی و اجتماعی، نبود بازارهای پایدار، نبود مراکز انکشاف کارآفرینی و چالش‌های حقوقی و مقرراتی. این موانع دارای پیوند متقابل بوده و موجب کاهش انگیزه، فرصت و ظرفیت رشد اقتصادی در جوامع روستایی شده‌اند. بر بنیاد یافته‌ها، تحقیق بر لزوم اتخاذ رویکردی چندبعدی و هماهنگ میان نهادهای دولتی، محلی و خصوصی برای توانمندسازی کارآفرینان روستایی تأکید دارد. ایجاد مراکز حمایتی، بهبود دسترسی به تمویل، اصلاح مقررات و تقویت فرهنگ کارآفرینی از جمله راهکارهای کلیدی پیشنهادی این مطالعه می‌باشد.

نوع مقاله:

مقاله تحقیقی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۸/۰۵

تاریخ ارزیابی: ۱۴۰۳/۰۸/۲۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۱۱

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۱۲/۳۰

واژه‌های کلیدی:

توسعه پایدار،
موانع ساختاری،
کارآفرینی روستایی

استاد: راشد، محفوظ الله، و نصرت، نصیر احمد (۱۴۰۳). شناسایی موانع توسعه کارآفرینی روستایی در افغانستان (مطالعه

موردی: ولایت فراه). دوفصلنامه اقتصاد و مدیریت کاتب، ۳ (۲)، ۹۹-۱۱۹.

ناشر: پوهنتون کاتب.



مقدمه

هدف تمام کشورهای درحال توسعه، دستیابی به اشتغال، رفاه اجتماعی و توسعه پایدار به منظور برطرف کردن فقر و بیکاری و نیل به سعادت انسانی آن جوامع است. از این رو، دولت‌ها با توجه به شرایط زمانی و مکانی موجود، نظریات و الگوهای مختلفی از رشد و توسعه را در دستور کار خود قرار داده‌اند. (زینلی و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۰) یکی از راهکارهای مهم توسعه اقتصادی کشورها ایجاد اشتغال است و مهم‌ترین سازکار و ابزار در این زمینه، توسعه کارآفرینی می‌باشد. (زرنگار، ۱۳۸۱: ۱۴) کارآفرینی با ایجاد فرصت‌های شغلی و تولید ثروت و بهبود شرایط اقتصادی، پیش زمینه‌های اساسی برای ارتقای سطح توسعه جامعه است. علاوه بر این، نوآوری که از مشخصه‌های اساسی کارآفرینی است منجر به تولید محصولات جدید و ارایه خدمات جدیدتر و متنوع‌تر شده و به این ترتیب قدرت انتخاب مردم افزایش یافته و زندگی ساده‌تر می‌شود. (سعیدی کیا، ۲۰۰۷) در دهه گذشته به دلیل کاهش محصولات زراعتی و تمایل به مهاجرت به مناطق حاشیه‌ای، علاقه به مناطق روستایی افزایش پیدا کرده است. توسعه روستایی تا حد زیادی وابسته به کارآفرینی است که به عنوان یک نیروی مرکزی برای رشد اقتصادی و توسعه مطرح می‌باشد. بی‌گمان چنانچه قرار باشد در یک منطقه روستایی مسیر رو به رشدی جهت توسعه در پیش گرفته شود و کلیه مراتب و مراحل آن با سرعت پشت سر نهاده شود، باید همه امکانات و عوامل ملی و محلی آن منطقه بسیج گردیده تا هم با صرف کمترین هزینه و هم در ابعاد گسترده‌تر بتواند از همه مواهب و نتایج آن منتفع گردند. در این راستا کارآفرینی زراعتی به عنوان یک رویکرد اساسی و موازی با اهداف توسعه روستایی می‌تواند کمک شایانی به این امر بنماید. (طاهرخانی، ۲۰۰۰)

کارآفرینی یکی از عوامل اساسی در فرایند توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع به‌شمار می‌رود و نقش کلیدی در اشتغال‌زایی، کاهش فقر و ارتقای کیفیت زندگی دارد، بویژه در جوامع روستایی که غالباً با کمبود منابع و فرصت‌های اقتصادی مواجه‌اند. (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2017). در کشورهای در حال توسعه مانند افغانستان، که بیش از ۷۰ درصد جمعیت آن در مناطق روستایی زندگی می‌کنند، توسعه کارآفرینی روستایی می‌تواند به‌عنوان یک راهبرد مؤثر برای بهبود معیشت و رشد پایدار تلقی شود. (World Bank, 2021) با وجود پتانسیل‌های فراوانی چون منابع طبیعی، نیروی کار جوان و ساختارهای اجتماعی منسجم در روستاها، هنوز توسعه کارآفرینی با چالش‌ها و موانع متعددی مواجه است.

در افغانستان، موانع مختلفی فراراه رشد کارآفرینی روستایی قرار دارد که می‌توان آن‌ها را در سه بُعد اصلی طبقه‌بندی کرد: موانع اقتصادی، موانع اجتماعی- فرهنگی، و موانع نهادی و زیرساختی. موانع اقتصادی شامل نبود دسترسی به سرمایه، بازار و تسهیلات مالی است که مانع راه‌اندازی یا توسعه کسب‌وکارهای کوچک در روستاها می‌گردد. (Rahmati, 2020) از سوی دیگر، باورهای سنتی، محدودیت‌های جنسیتی و کمبود آگاهی نیز به‌عنوان موانع فرهنگی و اجتماعی شناخته می‌شوند که تمایل افراد، بویژه زنان، به فعالیت‌های کارآفرینانه را کاهش می‌دهد. (UNDP, 2019) افزون بر آن، ضعف نظام آموزشی و مهارتی، نبود حمایت نهادی منسجم و نارسایی در زیرساخت‌هایی مانند راه، برق و ارتباطات از دیگر عوامل بازدارنده توسعه کارآفرینی در روستاهای افغانستان است. (FAO, 2022)

در بسیاری از کشورها، توسعه کارآفرینی روستایی منجر به افزایش تولید داخلی، ارتقای امنیت غذایی و کاهش مهاجرت‌های بی‌رویه به شهرها شده است، (OECD, 2020) اما در افغانستان، به‌رغم طرح‌های انکشافی مختلف، هنوز کارآفرینی در روستاها به سطح مطلوب نرسیده و نیاز به بررسی‌های علمی برای شناسایی دقیق موانع و ارائه راهکارهای کاربردی احساس می‌شود. کارآفرینی یکی از محرک‌های اصلی توسعه اقتصادی به شمار می‌رود و نقش مهمی در ایجاد اشتغال، کاهش فقر، افزایش درآمد و توانمندسازی جوامع ایفا می‌کند. (Naudé, 2010) این نقش در جوامع روستایی، بویژه در کشورهای در حال توسعه، که اغلب با فقر ساختاری، نرخ بالای بیکاری و کمبود فرصت‌های توسعه‌ای مواجه‌اند، اهمیتی مضاعف می‌یابد. (World bank, 2020) در افغانستان، بیش از ۷۰ درصد جمعیت در مناطق روستایی زندگی می‌کنند، (Central Statistics Organization [CSO], 2021) اقتصاد این نواحی عمدتاً بر زراعت سنتی، مالداري و فعالیتهای غیررسمی استوار است، که اغلب بازده پایین، ناامنی شغلی و آسیب‌پذیری اقتصادی را در پی دارد. (FAO, 2020) با این حال، ظرفیتهای بالقوه‌ای در بخش‌هایی چون صنایع دستی محلی (مانند قالین‌بافی در بلخ و بامیان، تولیدات زراعتی خاص چون زعفران هرات، جلغوزه در پکتیا) گردشگری بومی (بویژه در مناطق باستانی چون بامیان و پنجشیر) و خدمات محلی (مانند پروسس‌های محصولات زراعتی یا خیاطی) وجود دارد که در صورت حمایت مؤثر، می‌توانند به توسعه پایدار روستاها کمک نمایند.

از دیدگاه علمی و تحقیقی، ضرورت انجام این تحقیق از آن‌جا ناشی می‌شود که تاکنون مطالعات اندکی به‌طور خاص بر موانع توسعه کارآفرینی روستایی در بستر اجتماعی و اقتصادی افغانستان تمرکز کرده‌اند. بیشتر تحقیقات قبلی یا بر ابعاد کلی کارآفرینی متمرکز بوده‌اند یا تجربیات کشورهای دیگر را بررسی کرده‌اند که الزاماً با واقعیت‌های افغانستان انطباق کامل ندارند. این خلأ علمی ایجاب می‌کند که تحقیقی بومی و میدانی با در نظر گرفتن شرایط خاص روستاهای افغانستان انجام شود، تا بر اساس آن، بتوان راهکارهای مؤثر و عملی برای سیاست‌گذاران، نهادهای توسعه‌ای و محققان آینده ارائه کرد. افزون بر آن، این تحقیق می‌تواند به تصمیم‌گیرندگان دولتی و نهادهای بین‌المللی کمک کند تا سیاست‌های مبتنی بر شواهد عینی برای حمایت از کارآفرینان روستایی طراحی نمایند. در ضمن، نتایج این تحقیق می‌تواند به انکشاف مهارت‌های فنی، بهبود دسترسی به منابع مالی و توانمندسازی اجتماعی، بویژه برای زنان و جوانان روستایی، کمک کند. از این جهت، انجام این پژوهش نه‌تنها از نظر علمی باارزش است، بلکه از نظر عملی و کاربردی نیز برای آینده اقتصاد افغانستان بسیار مهم و ضروری می‌باشد.

ولایت فراه، به‌عنوان یکی از ولایات دارای ظرفیتهای بالقوه در حوزه زراعت، مالداري و تجارت محلی، با وجود نیروی انسانی جوان و منابع طبیعی قابل توجه، هنوز درگیر بیکاری گسترده و رکود اقتصادی در نواحی روستایی خود است. این وضعیت نشان می‌دهد که موانعی جدی فراراه توسعه کارآفرینی در این ولایت وجود دارد که تاکنون کمتر به‌صورت نظام‌مند بررسی شده‌اند. از آن‌جا که بسیاری از ابعاد این موانع از نوع اجتماعی، فرهنگی، روانی و اداری‌اند، روش‌های کمی و پرسشنامه‌ای نمی‌توانند درک ژرف و جامعی از واقعیت‌های موجود فراهم کنند. به همین منظور، این تحقیق با روش کیفی و با استفاده از مصاحبه‌های

نیمه ساختاریافته با کارآفرینان محلی، بزرگان قومی، مسؤولین ادارات محلی و برخی از باشندگان روستاهای ولایت فراه انجام یافته است. هدف این تحقیق، شناسایی موانع اصلی و ریشه‌ای توسعه کارآفرینی از دیدگاه کسانی است که به‌طور مستقیم با این پدیده سروکار دارند.

یافته‌های این تحقیق می‌توانند زمینه‌ساز ارائه راهکارهای عملی برای سیاستگذاران، نهادهای توسعه‌ای و سازمان‌های حمایت از کارآفرینی در سطح محلی و ملی باشند.

مروری بر ادبیات تحقیق

در رابطه به موضوع تحقیقی شناسایی موانع توسعه کارآفرینی روستایی مطالعات متعددی صورت گرفته است که به برخی از مهم‌ترین آن اشاره می‌شود:

۱. در تحقیقی به منظور بررسی چالش‌های پیش‌روی زنان در کارآفرینی زراعتی توسط علیخانی و کلایی در سال ۱۳۹۳ش. صورت گرفت. نتایج تحقیق نشان داد که عواملی همچون چالش‌های فردی - شخصیتی، علمی، خانوادگی، اقتصادی، فرهنگی اجتماعی و محیطی به عنوان مهم‌ترین چالش‌های زنان در کارآفرینی زراعتی می‌باشد.
۲. موحدی و همکاران در سال ۱۳۹۳ش. در تحقیق دیگری به منظوری بررسی برنامه‌های آموزش کارآفرینی در حوزه‌ی زراعت: موانع، مشکلات و راه‌حل‌ها پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد که برنامه‌های آموزش کارآفرینی با محدودیت‌های اساسی در جهان مواجه هست که ازجمله مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به فقدان درک عمومی نسبت به آموزش کارآفرینی، برنامه‌های آموزشی نامناسب و کمبود مربیان و مدرسان باتجربه کارآفرینی اشاره کرد. (موحدی و همکاران، ۱۳۹۳)
۳. ساکستا در سال ۲۰۱۲م. پژوهشی تحت عنوان بررسی مشکلات پیشروی کارآفرینی روستایی و راه‌هایی برای رفع آن پرداخت. نتایج این پژوهش نشان داد که با توجه به فقدان آموزش، اکثریت مردم روستایی از توسعه فناوری و بازاریابی و... بی‌اطلاع هستند. از طرف دیگر، کمبود منابع مالی و مواد خام مهم‌ترین مشکلات پیش‌روی کارآفرینان روستایی است.
۴. تحقیقی توسط پتل و چاودا در سال ۲۰۱۳م. تحت عنوان بررسی کارآفرینی روستایی در هند: چالش‌ها و فرصت‌ها پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد که کارآفرینی روستایی عامل مهمی برای جلوگیری مهاجرت‌های روستایی به مناطق شهری است. از طرف دیگر، فقدان آموزش، مشکلات مالی و فقدان مهارت‌های فنی و ادراکی کافی کارآفرینان روستایی را برای ایجاد صنایع در نواحی روستایی بسیار دشوار کرده است.
۵. قمبرعلی و رستمی در سال ۱۳۹۴ش. تحقیقی تحت عنوان شناسایی مشکلات زنان کارآفرین استان کرمانشاه پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد که زنان کارآفرین با مشکلات و موانع مالی، بازاریابی، شخصیتی، خانوادگی، فرهنگی و علمی روبه‌رو می‌باشند.
۶. فلاح حقیقی، در پژوهشی به بررسی میکرو کارآفرینی و توانمندسازی زنان روستایی: چالش‌های پیش‌رو پرداخت. نتایج این پژوهش نشان داد که از مهم‌ترین چالش‌های آن‌ها،

عدم دسترسی به منابع مالی و اعتبارات است. فقدان سرمایه مالی مناسب در کنار سرمایه انسانی پایین موجب شده است تا زنان نتوانند از فرصت‌های بازار بهره گرفته و بهره‌وری نگاه‌های خود را افزایش دهند. (فلاح حقیقی، ۱۳۹۴)

روش تحقیق

این تحقیق از نوع کیفی بوده و با استفاده از روش مصاحبه نیمه ساختاریافته با هدف شناسایی موانع توسعه کارآفرینی روستایی در ولایت فراه انجام شده است. جامعه آماری این تحقیق شامل تمام افرادی است که به گونه‌ای مستقیم یا غیرمستقیم با فعالیت‌های کارآفرینی در مناطق روستایی این ولایت در ارتباط‌اند؛ از جمله کارآفرینان محلی، بزرگان قومی، مسئولین ادارات دولتی، فعالان نهادهای انکشافی، استادان پوهنتون، متعلمین و فارغان مکاتب مسلکی و سایر افراد مطلع. با توجه به این که جامعه آماری مورد نظر نامحدود بوده، طبق اصول علمی در چنین مواردی معمولاً ۳۸۵ نفر به عنوان نمونه پیشنهاد می‌گردد، اما از آن جا که در این تحقیق از روش کیفی استفاده شده و با پیش رفتن مصاحبه‌ها نظریات تکرار شده و به حالت اشباع نظری رسید، محقق به انجام ۱۳۰ مصاحبه اکتفا کرده است. توزیع مصاحبه‌شوندگان به گونه زیر بوده است: کارآفرینان محلی ۳۰ نفر، بزرگان قومی و اعضای شوراهای روستایی ۲۰ نفر، مسئولین ادارات زراعت و اقتصاد ۱۵ نفر، متعلمین و فارغان مکاتب مسلکی ۱۰ نفر، استادان پوهنتون و محققان محلی ۱۰ نفر، فعالان نهادهای انکشافی ۱۵ نفر و سایر افراد مطلع محلی ۳۰ نفر. نمونه‌ها به صورت هدفمند انتخاب شده‌اند تا دیدگاه‌های متنوع و مرتبط با موضوع تحقیق گردآوری گردد. ابزار گردآوری داده‌ها مصاحبه نیمه ساختاریافته بوده و تحلیل داده‌ها نیز با روش تحلیل محتوا صورت گرفته است. این تحقیق توانسته است عمده‌ترین مشکلات و موانعی را که سد راه رشد و توسعه کارآفرینی در روستاهای ولایت فراه قرار شده‌اند، شناسایی و تحلیل کند.

تعریف کارآفرینی

کارآفرینی فرایند بهره‌برداری از فرصت‌ها و ایده‌ها به منظور ایجاد کسب‌وکار سودآور و ارزش‌آفرین است. (Hisrich et al., 2020). این پدیده به عنوان موتور محرک اقتصاد، نقش مؤثری در بهبود رفاه جامعه دارد. افزون بر آن، کارآفرینی نوعی سبک زندگی است که بر عواملی چون رشد فردی، خلاقیت، نوآوری، حرکت رو به جلو، سودآوری و خلق ارزش تأکید دارد. (سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی، وزارت آموزش و پرورش ایران) کارآفرینی به فرایند شناسایی فرصت‌ها و تبدیل آن‌ها به کسب‌وکارهایی سودآور و پایدار اطلاق می‌شود. این مفهوم شامل ایده‌پردازی، توسعه، سازمان‌دهی و مدیریت منابع به منظور تولید کالا یا خدمات جدید است. (Schumpeter, 1934) کارآفرینی یک پدیده اقتصادی- اجتماعی است که به فرایند شناسایی، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها برای ایجاد کسب‌وکارهای جدید یا بهبود عملکرد کسب‌وکارهای موجود اشاره دارد. بر اساس دیدگاه مدرن، کارآفرینی تنها به معنای ایجاد شغل نیست، بلکه محرکی برای نوآوری، توسعه پایدار، ایجاد ارزش افزوده و رشد اقتصادی محسوب می‌شود. (Hisrich, Peters, Shepherd, 2020)

اهمیت کارآفرینی

کارآفرینی به عنوان موتور رشد اقتصادی، نوآوری، اشتغال‌زایی و توسعه پایدار در جوامع مختلف شناخته می‌شود. در دنیای امروزی که با چالش‌های متعدد اقتصادی، اجتماعی و محیط‌زیستی مواجه هستیم، کارآفرینی به عنوان یک راهکار راهبردی برای تحول ساختارهای اقتصادی و افزایش تاب‌آوری جوامع مطرح شده است. (Audretsch, 2021) کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه به‌طور فزاینده‌ای در حال گسترش سیاست‌ها و برنامه‌هایی برای تقویت فرهنگ و ساختار کارآفرینانه در میان اقشار مختلف جامعه، بویژه جوانان و ساکنان مناطق روستایی‌اند. یکی از مهم‌ترین تأثیرات کارآفرینی، ایجاد اشتغال است. در بسیاری از کشورها، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط که توسط کارآفرینان راه‌اندازی می‌شوند، بیش از ۶۰ درصد اشتغال را ایجاد می‌کنند. (OECD, 2021) این امر بویژه در کشورهای دارای جمعیت جوان و نرخ بیکاری بالا از جمله افغانستان، بسیار حیاتی است. ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار، افزایش درآمد و کاهش فقر از جمله دستاوردهای اصلی توسعه کارآفرینی در مناطق شهری و روستایی محسوب می‌شود.

از سوی دیگر، کارآفرینی عامل مهمی در افزایش نوآوری و انتقال تکنولوژی در جامعه است. کارآفرینان معمولاً با بهره‌گیری از ایده‌های خلاقانه، محصولات و خدمات جدیدی را ارائه می‌کنند که می‌تواند منجر به بهبود کیفیت زندگی شود. (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2020) نوآوری در حوزه‌هایی چون زراعت، صحت، آموزش و انرژی می‌تواند راه‌حل‌هایی برای چالش‌های اساسی کشورهایمانند افغانستان ارائه دهد. کارآفرینی همچنین موجب افزایش مشارکت اجتماعی و توانمندسازی اقشار محروم بویژه زنان و جوانان می‌شود. کارآفرینی اجتماعی که بر حل مشکلات اجتماعی و توسعه جوامع محلی متمرکز است، بستر مناسبی برای ارتقای عدالت اجتماعی و مشارکت گروه‌های کمتر برخوردار فراهم می‌سازد. (Neck, 2021) در بسیاری از کشورها، ارتقای کارآفرینی در میان زنان روستایی، نه تنها درآمد خانوارها را افزایش داده بلکه موجب بهبود وضعیت صحت، آموزش و تغذیه نیز شده است. (World Bank, 2022) علاوه بر این، کارآفرینی با ایجاد روحیه خودتکایی و اعتمادبه‌نفس، زمینه را برای تحول فرهنگی و اقتصادی جوامع فراهم می‌آورد. کارآفرینان نقش مهمی در تغییر نگرش‌ها از وابستگی به دولت به سمت خلاقیت، تلاش فردی و نوآوری دارند. (Drucker, 1985) این موضوع در کشورهای دارای اقتصاد شکننده و نظام‌های حمایتی ضعیف، اهمیت مضاعفی می‌یابد. در نهایت، کارآفرینی ابزار کلیدی برای دستیابی به توسعه پایدار است. با تقویت کسب‌وکارهای بومی، بویژه در مناطق روستایی، می‌توان وابستگی به واردات را کاهش داد، بهره‌وری منابع محلی را افزایش داد و اقتصاد مقاومتی ایجاد کرد. (Rae, 2020) از این‌رو، برنامه‌ریزی هدفمند برای ارتقای زیرساخت‌ها، تسهیل دسترسی به بازار و سرمایه و ارتقای آموزش‌های مهارتی برای توسعه کارآفرینی، ضرورتی انکارناپذیر در مسیر توسعه ملی است.

اهمیت کارآفرینی روستایی

کارآفرینی روستایی، به عنوان یکی از مؤثرترین ابزارهای توسعه پایدار محلی، نقش حیاتی در تحول اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مناطق روستایی ایفا می‌کند. برخلاف تصور رایج که توسعه را فقط در بستر شهری تعریف می‌کند، پژوهش‌های جدید نشان داده‌اند که آینده اقتصادهای پایدار در گرو احیای مناطق

روستایی از طریق حمایت از کارآفرینان محلی می‌باشد. (OECD, 2022) در بسیاری از کشورهای در حال توسعه از جمله افغانستان، جمعیت قابل توجهی از مردم در مناطق روستایی زندگی می‌کنند، اما این مناطق با مشکلات ساختاری مانند فقر، بیکاری، مهاجرت بی‌رویه، نبود دسترسی به خدمات مالی و آموزشی و ضعف زیربناها مواجه‌اند. در چنین زمینه‌ای، کارآفرینی می‌تواند نه تنها ابزاری برای ایجاد شغل و افزایش درآمد باشد، بلکه بستری برای توانمندسازی اجتماعی و خودکفایی اقتصادی نیز فراهم سازد. (FAO, 2021) مطالعات نشان داده‌اند که کارآفرینی روستایی منجر به تقویت اقتصاد محلی، استفاده بهینه از منابع طبیعی، حفظ فرهنگ و ارزش‌های بومی و کاهش وابستگی به شهرها می‌شود. (UNDP, 2023)

کارآفرینان روستایی با راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک مانند صنایع دستی، پرورش محصولات زراعتی، گردشگری بومی و خدمات محلی، زنجیره ارزش روستایی را فعال می‌سازند و پایداری اقتصادی را در سطح خانوار و جامعه تقویت می‌کنند. (World Bank, 2022) از سوی دیگر، کارآفرینی در روستاها می‌تواند نقش کلیدی در توانمندسازی زنان و جوانان ایفا کند. در بسیاری از موارد، زنان روستایی با محدودیت‌های فرهنگی و اقتصادی مواجه‌اند که مانع مشارکت آن‌ها در بازار کار می‌شود؛ اما کسب‌وکارهای کوچک خانگی یا تعاونی‌های محلی می‌توانند زمینه‌ساز مشارکت فعال آنان در اقتصاد جامعه شوند. (ILO, 2022)

همچنین، آموزش مهارت‌های کارآفرینی در میان جوانان روستایی می‌تواند از مهاجرت بی‌رویه به شهرها جلوگیری کرده و حس تعلق و مشارکت در توسعه محلی را تقویت نماید. (ESCAP, 2023) با وجود این مزایا، توسعه کارآفرینی در روستاها نیازمند سیاست‌گذاری دقیق، سرمایه‌گذاری هدفمند و حمایت نهادهای مربوطه هر بخش به صورت دوام‌دار است. حمایت دولت‌ها از طریق بهبود زیرساخت‌ها، تسهیل دسترسی به وام‌های کوچک، ارائه آموزش‌های فنی و توسعه بازارهای محلی، می‌تواند بستر مناسبی برای شکوفایی ظرفیت‌های منطقه‌ای فراهم آورد. (GEM, 2023) بدون تردید، توجه علمی و عملی به کارآفرینی روستایی می‌تواند زمینه‌ساز تحول اقتصادی در کشورهایی مانند افغانستان گردد که در پی یافتن مدل‌های بومی برای توسعه هستند.

ویژگی‌ها و اهمیت کارآفرینی روستایی

کارآفرینی روستایی یکی از رویکردهای اساسی برای رشد اقتصادی و انکشاف پایدار مناطق کم‌برخوردار محسوب می‌شود. کارآفرینان روستایی معمولاً در محیط‌هایی با منابع محدود، زیرساخت‌های ضعیف و فرصت‌های اندک برای دسترسی به بازار فعالیت می‌کنند، اما در عین حال، آن‌ها نقش کلیدی در تحول اقتصادی و اجتماعی روستاها ایفا می‌کنند. این افراد با تکیه بر منابع طبیعی و بومی، ایجاد کسب‌وکارهای کوچک اما پایدار را امکان‌پذیر ساخته و با تقویت زنجیره‌های محلی تولید و مصرف، از مهاجرت روستاییان به شهر جلوگیری می‌کنند. (Newbery et al., 2020) آن‌ها اغلب از دانش بومی و شبکه‌های اجتماعی خود برای تطبیق با چالش‌های محیطی و اقتصادی استفاده می‌کنند و از این طریق ساختارهای سنتی را به فرصت‌های نوین اقتصادی تبدیل می‌نمایند. (Alsos et al., 2011) علاوه بر نقش اقتصادی، کارآفرینان روستایی تأثیرات گسترده‌ای در ابعاد فرهنگی و اجتماعی نیز دارند. آن‌ها با ایجاد و پشتیبانی از فعالیت‌هایی که ریشه در فرهنگ و سنت‌های بومی دارد، هویت روستایی را حفظ کرده و به بازتولید ارزش‌های اجتماعی

کمک می‌کنند. (Gaddefors & Anderson, 2019) همچنین، کارآفرینی در مناطق روستایی زمینه را برای توانمندسازی گروه‌های آسیب‌پذیر مانند زنان و جوانان فراهم می‌سازد، که در بسیاری از جوامع روستایی، بویژه در کشورهای چون افغانستان، از مشارکت کامل در بازار کار محروم‌اند. (FAO, 2021) کارآفرینان روستایی با اتخاذ شیوه‌های نوآورانه، نه تنها درآمدزایی می‌کنند بلکه با تقویت حس تعلق اجتماعی، به پایداری بلندمدت جامعه خود نیز کمک می‌نمایند. بر این اساس، حمایت هدفمند از کارآفرینی در روستاها باید یکی از اولویت‌های سیاست‌گذاران توسعه‌ای باشد.

موانع کارآفرینی در مناطق روستایی

یکی از چالش‌های اساسی در توسعه کارآفرینی روستایی، فقر گسترده و نبود دسترسی به منابع مالی است. بسیاری از کارآفرینان روستایی به دلیل نبود مؤسسات مالی معتبر و سیاست‌های حمایتی، قادر به تأمین سرمایه اولیه برای شروع یا گسترش کسب‌وکار خود نیستند. این مشکل بویژه برای زنان کارآفرین، که اغلب به منابع غیررسمی مانند وام‌های خانوادگی متکی هستند، بیشتر محسوس است. (Mazloun Yar & Hajinejad, 2023) کمبود زیرساخت‌های اساسی مانند جاده‌های مناسب، برق پایدار و دسترسی به اینترنت، از دیگر چالش‌های عمده است. این کمبودها نه تنها هزینه‌های تولید و توزیع را افزایش می‌دهد، بلکه دسترسی به بازارهای گسترده‌تر را نیز محدود می‌سازد. (Mazloun Yar & Yasouri, 2024) در بسیاری از جوامع روستایی افغانستان، نگرش‌های سنتی و محدودیت‌های فرهنگی، بویژه برای زنان و جوانان، مانعی برای مشارکت فعال در فعالیت‌های کارآفرینانه است. نابرابری‌های جنسیتی، سطح پایین سواد و آموزش، و مهاجرت نیروی کار جوان به شهرها، از جمله عواملی هستند که توسعه کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. (Mazloun Yar & Zazia, 2025) ضعف در ساختارهای حکومتی، نبود سیاست‌های حمایتی مشخص برای کارآفرینان روستایی و تمرکزگرایی در تصمیم‌گیری‌ها، از دیگر موانع مهم محسوب می‌شوند. عدم هماهنگی میان نهادهای مختلف و نبود برنامه‌ریزی‌های جامع، باعث شده است که بسیاری از ابتکارات کارآفرینانه بدون حمایت و راهنمایی مناسب باقی بمانند. (Mazloun Yar & Zazia, 2025) تغییرات اقلیمی، کمبود منابع آبی و تخریب زمین‌های زراعی، تأثیرات منفی بر فعالیت‌های اقتصادی روستایی دارند. این عوامل نه تنها بهره‌وری را کاهش می‌دهند، بلکه ریسک‌های اقتصادی را برای کارآفرینان افزایش می‌دهند. (Mazloun Yar & Yasouri, 2024)

نتایج تحقیق

با توجه به مصاحبه‌های انجام شده با کارآفرینان روستایی و افراد مربوط به این فعالیت (جامعه آماری) در ولایت فراه، مهم‌ترین و عمده‌ترین عوامل بازدارنده که مانع توسعه کارآفرینی در این منطقه شده‌اند، به شرح زیر شناسایی گردیده‌اند:



شکل ۱- موانع توسعه کارآفرینی روستایی در ولایت فراه نشان می‌دهد

۱- نبود امنیت و ثبات سیاسی

نبود امنیت و ثبات سیاسی یکی از موانع اصلی توسعه کارآفرینی روستایی به شمار می‌رود. در شرایطی که ثبات سیاسی در یک کشور یا منطقه ضعیف باشد، سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی تمایل کمتری به ورود به بازارهای روستایی دارند. بی‌ثباتی سیاسی، احتمال وقوع بحران‌ها، جنگ‌ها یا ناآرامی‌های اجتماعی، سبب می‌شود که افراد و نهادها از تخصیص منابع مالی به پروژه‌های اقتصادی پریسک اجتناب نمایند. (Naudé, 2010; World Bank, 2021) این امر بویژه در مناطق روستایی که از زیرساخت‌های مالی و اقتصادی محدودی برخوردارند، به مانعی جدی برای ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای جدید تبدیل می‌شود. افزون بر آن، نبود امنیت بر روحیه و انگیزه کارآفرینی نیز تأثیر منفی دارد. در چنین شرایطی، کارآفرینان بالقوه به دلیل ترس از آینده نامعلوم، بی‌ثباتی اجتماعی و خطر از دست دادن سرمایه، تمایلی به آغاز کسب‌وکارهای جدید نشان نمی‌دهند. (Mehta & Chatterjee, 2020) این وضعیت منجر به کاهش فرصت‌های شغلی در جوامع روستایی و در نتیجه مهاجرت نیروی انسانی ماهر به مناطق امن‌تر یا حتی کشورهای دیگر می‌شود. در چنین شرایطی، کارآفرینان بالقوه به دلیل ترس از بی‌ثباتی و عدم اطمینان نسبت به آینده، تمایلی به راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید ندارند. این وضعیت منجر به کاهش فرصت‌های شغلی در مناطق روستایی و مهاجرت نیروی انسانی ماهر به مناطق امن‌تر یا کشورهای دیگر می‌شود. در

نهایت، این بحران‌ها نه تنها موجب کاهش سطح کارآفرینی می‌شود، بلکه به محدود شدن دسترسی به منابع، آموزش‌ها و مشاوره‌های مدیریتی در این مناطق نیز منجر می‌گردد.

۲- نبود منابع مالی کافی

یکی از چالش‌های اساسی در مسیر توسعه کارآفرینی روستایی، نبود دسترسی به منابع مالی کافی است. بسیاری از کارآفرینان روستایی به دلیل ضعف در نظام بانکی، نبود نهادهای مالی محلی، یا شرایط سختگیرانه دریافت قرضه، نمی‌توانند سرمایه اولیه مورد نیاز برای راه‌اندازی یا توسعه کسب‌وکار خود را فراهم کنند. این موضوع در مناطق روستایی کشورهای در حال توسعه، از جمله افغانستان، نمود بیشتری دارد، زیرا زیرساخت‌های بانکی و مالی بسیار ضعیف‌اند و دسترسی مردم روستا به خدمات بانکی محدود است. (World Bank, 2022; FAO, 2021)

در بسیاری از موارد، بانک‌ها و مؤسسات مالی به دلیل نداشتن اسناد مالکیت رسمی و قابل ثبت در سیستم بانکی یا پیشینه اعتباری مستند، از اعطای قرضه به کارآفرینان روستایی خودداری می‌کنند. با این‌که در بسیاری از مناطق، روستاییان مالک واقعی زمین‌های زراعتی خود هستند، اما به دلیل عدم تطابق مدارک آنان با الزامات حقوقی و اداری بانک‌ها، این دارایی‌ها به عنوان وثیقه معتبر تلقی نمی‌شود. (De Soto, 2000; World Bank, 2021) این مشکل، مانع جدی در دسترسی به منابع مالی و راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک در مناطق روستایی به شمار می‌رود و این مسأله مانعی جدی در دریافت اعتبارات مالی از سیستم بانکی محسوب می‌شود. از سوی دیگر، ناآگاهی نسبت به نحوه استفاده از تسهیلات بانکی و نبود مهارت‌های مالی نیز بر شدت این مشکل می‌افزاید. در نتیجه، بسیاری از ایده‌های نوآورانه و طرح‌های کوچک کارآفرینی به دلیل نبود منابع مالی لازم، هیچ‌گاه به مرحله اجرا نمی‌رسند. نبود منابع مالی نه تنها مانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید می‌شود، بلکه بر دوام و پایداری کسب‌وکارهای موجود نیز تأثیر منفی دارد. کارآفرینان برای حفظ و گسترش فعالیت‌های خود به سرمایه در گردش نیاز دارند، اما در نبود منابع مالی قابل دسترس، این امکان از آن‌ها سلب می‌شود. این وضعیت به کاهش انگیزه و روحیه ابتکار در میان جوانان روستایی منجر شده و آنان را به مهاجرت به شهرها یا حتی کشورهای دیگر سوق می‌دهد. از منظر توسعه‌ای، دسترسی محدود به منابع مالی در روستاها منجر به تشدید نابرابری‌های اقتصادی و اجتماعی بین مناطق شهری و روستایی می‌شود. در حالی که کارآفرینان شهری اغلب به منابع متعدد مالی، سرمایه‌گذاران خصوصی، برنامه‌های حمایتی دولتی و صندوق‌های توسعه دسترسی دارند، کارآفرینان روستایی در یک محیط کم‌منبع، بدون حمایت و با ریسک بالا تلاش می‌کنند. این نابرابری ساختاری سبب می‌شود که رشد اقتصادی در روستاها کند شود و سطح زندگی مردم روستا در مقایسه با شهرها پایین بماند. برای حل این معضل، دولت‌ها و نهادهای توسعه‌ای باید به تأسیس و تقویت نهادهای مالی محلی (مانند بانک‌های قرضه‌الحسنه روستایی، صندوق‌های پس‌انداز محلی، و تعاونی‌های اعتباری) توجه جدی نشان دهند. همچنین، ایجاد برنامه‌های آموزشی برای ارتقای سواد مالی و تشویق به پس‌انداز و سرمایه‌گذاری در سطح جامعه روستایی می‌تواند مؤثر واقع شود. در مجموع، نبود منابع مالی نه تنها یکی از موانع کلیدی در توسعه کارآفرینی روستایی است، بلکه بر کل فرآیند توسعه اقتصادی و اجتماعی این مناطق تأثیر می‌گذارد.

بدون فراهم ساختن دسترسی عادلانه و ساده به منابع مالی، نمی‌توان انتظار داشت که ظرفیت‌های اقتصادی و کارآفرینانه روستاها شکوفا گردد.

در ولایت فراه منابع تأمین مالی برای توسعه کارآفرینی محدود بوده و در بسا موارد منابع که کارآفرینان می‌توانند بدست بیاورند سود که از طرف قرضه دهنده‌گان بالای قرضه‌گیرنده گان تحمیل می‌شود زیاد بوده و در باز پرداخت قرضه کارآفرینان با مشکلات مواجه می‌شوند. مثلاً (عزیزی بانک در ولایت فراه قرضه می‌دهد اما مقدار سود وضع شده بالای پول که به قرضه می‌دهد زیاد است و کارآفرینان با توجه به این معضله توان گرفتن قرضه را ندارند).

۳- زیر ساخت‌های ضعیف

یکی از موانع مهم و ساختاری در مسیر رشد و توسعه کارآفرینی روستایی، ضعف زیرساخت‌ها است. زیرساخت‌ها شامل مجموعه‌ای از امکانات فیزیکی و فنی از جمله جاده‌ها، سیستم حمل‌ونقل، برق، آب، ارتباطات، اینترنت و تسهیلات صحت و آموزشی می‌باشند که بستر لازم برای فعالیت‌های اقتصادی را در هر جامعه فراهم می‌سازند. در بسیاری از مناطق روستایی کشورهای در حال توسعه، از جمله افغانستان، این زیرساخت‌ها یا اصلاً وجود ندارند و یا در وضعیت بسیار نامناسبی قرار دارند. (World Bank, 2022; FAO, 2021) گزارش‌های بانک جهانی و سازمان خواربار و زراعت (FAO) نشان می‌دهد که بیش از نیمی از روستاهای افغانستان به راه‌های مواصلاتی مناسب، برق پایدار و خدمات اینترنتی دسترسی ندارند. این ضعف زیرساختی، نه تنها مانعی برای ایجاد کسب‌وکارهای جدید است، بلکه توسعه و پایداری کسب‌وکارهای موجود را نیز با چالش‌های جدی مواجه می‌سازد. به‌طور خاص، نبود جاده‌های مناسب و راه‌های ارتباطی مؤثر، سبب می‌شود که ارتباط میان روستا و بازارهای شهری مختل شود. این موضوع منجر به افزایش هزینه‌های حمل‌ونقل، اتلاف محصولات زراعتی، تأخیر در تأمین مواد اولیه و کاهش توان رقابت در بازارهای فروش می‌گردد. برای نمونه، یک کارآفرین روستایی که قصد فروش محصولات زراعتی یا دستی خود را دارد، در غیاب سیستم حمل‌ونقل مناسب، نمی‌تواند به بازارهای هدف دست یابد و این امر مستقیماً انگیزه و ظرفیت کارآفرینی را کاهش می‌دهد.

واضح است که روستاها به عنوان تولید کنندگان در جوامع شناخته می‌شوند. در ولایت فراه تولیدات زراعتی خوب بوده و این ولایت به نام خانه زراعت مشهور است، ولی نظر به نبود تأسیسات از جمله راه‌های حمل و نقل و نبود ذخیره‌گاه‌ها و سردخانه‌ها برای نگهداری محصولات زراعتی ضربه عمیق بر پیکر تولیدات زراعتی در این ولایت وارد کرده است و همچنان تأمین برق در این ولایت از طریق سولرهای نوری بوده برای راه‌اندازی این سولرها ده‌ها قین و کارآفرینان کوچک روستایی توان پرداخت مصارف اولیه آن را نداشته‌اند و این موانع عمده‌ترین موانع توسعه کارآفرینی در این ولایت هستند. (نبود تأسیسات و منابع مالی و مشکلات مربوط به بازاریابی)

۴- نبود نظام حمایتی مشخص از کارآفرینی روستایی

نبود یک نظام حمایتی مشخص از کارآفرینی در مناطق روستایی یکی از موانع اساسی در راه رشد و گسترش فعالیت‌های اقتصادی محلی به شمار می‌رود. در بسیاری از مناطق روستایی، ساختارهای حقوقی و پالیسی‌های مشخص که ویژه کارآفرینان طراحی شده باشد، موجود نیست و همین موضوع باعث می‌گردد که افراد علاقه‌مند به کارآفرینی با بی‌باوری و ناتوانی روبه‌رو شوند. نبود نهادهای حمایتی فعال در سطح ولسوالی‌ها و قریه‌ها، کمبود برنامه‌های آموزشی و مشورتی در زمینه‌های مدیریت، بازاریابی و مهارت‌های فنی، و همچنان نبود مشوق‌های اقتصادی مانند معافیت‌های مالیاتی یا قرضه‌های بدون بهره، از عوامل عمده ناکامی در رشد کارآفرینی می‌باشند. افزون بر این، عدم هماهنگی میان وزارت‌خانه‌ها، مؤسسات غیردولتی و نهادهای کمک‌کننده بین‌المللی باعث گردیده است که فعالیت‌ها پراکنده، کم‌اثر و ناپایدار باقی بمانند. نبود یک مکانیزم نظارت و ارزیابی منظم برای برنامه‌های حمایتی نیز موجب شده است که تجربه‌های ناکام تکرار شده و انگیزه‌های محلی برای ابتکار و نوآوری کاهش یابد. در ولایت فراه برخی فعالیت‌های کارآفرینانه، بویژه در قالب کسب‌وکارهای کوچک زراعتی، راه‌اندازی شده است، اما به دلیل فقدان نظام حمایتی مؤثر برای تولیدات زراعتی، ده‌ها قین پس از برداشت محصولات با مشکل نبود بازار فروش مواجه می‌شوند. این وضعیت موجب کاهش انگیزه تولیدکنندگان گردیده، تا جایی که بسیاری از آنان فعالیت‌های زراعتی خویش را متوقف ساخته و ناگزیر مسیر مهاجرت به کشورهای دیگر را در پیش می‌گیرند.

۵- سطح پایین آموزش و مهارت

سطح پایین آموزش و مهارت در روستاها یکی از چالش‌های بنیادی در برابر توسعه کارآفرینی محسوب می‌شود. در بسیاری از مناطق روستایی، دسترسی به خدمات تعلیمی با کیفیت پایین است و اکثر جوانان روستایی یا از مکتب بازمانده‌اند یا آموزش‌های لازم برای کار و تولید را دریافت نکرده‌اند. نبود کورس‌های تخریکی و حرفه‌ای، کمبود آموزگاران مجرب، و فاصله زیاد میان مراکز آموزشی با محل سکونت، همه باعث شده‌اند که نیروی کاری ماهر به‌ندرت در دسترس باشد (UNESCO, 2022; World Bank, 2021). این وضعیت سبب می‌گردد که افراد علاقه‌مند به راه‌اندازی کسب‌وکار، با موانعی مانند ندانستن اصول مدیریت، بازاریابی، حسابداری و استفاده از تکنالوژی‌های نوین مواجه شوند. نبود مهارت‌های لازم نه تنها میزان موفقیت کارآفرینان را کاهش می‌دهد، بلکه باعث افزایش وابستگی آن‌ها به منابع خارجی و کاهش ظرفیت‌های داخلی در روستا می‌گردد. از همین‌رو، ارتقای سطح سواد و مهارت‌های عملی از طریق آموزش‌های هدفمند و قابل دسترس، یکی از پیش‌شرط‌های اساسی برای شکوفایی کارآفرینی در سطح قریه و ولسوالی می‌باشد.

۶- محدودیت‌های فرهنگی و اجتماعی

محدودیت‌های فرهنگی و اجتماعی از موانع عمیق و پنهان در مسیر رشد کارآفرینی روستایی به شمار می‌روند که تأثیر مستقیم بر نگرش، رفتار و تصمیم‌گیری افراد در جوامع روستایی دارند. در بسیاری از

مناطق روستایی افغانستان بویژه ولایت فراه، باورهای سنتی و هنجارهای اجتماعی هنوز هم نقشی غالب در شکل‌دهی به طرز فکر مردم دارند. این باورها گاهی باعث می‌شود که فعالیت‌های اقتصادی نوآورانه به دیده شک و تردید نگریسته شود و فرد کارآفرین در معرض قضاوت یا مخالفت‌های خانوادگی و اجتماعی قرار گیرد. مثلاً در برخی مناطق، اشتغال زنان در بیرون از خانه یا داشتن نقش مدیریتی در یک فعالیت اقتصادی، با موانع جدی فرهنگی روبه‌رو است. (Kabeer, 2012) افزون بر آن، فشارهای اجتماعی و توقعات گروهی نیز می‌توانند مانع تمرکز و تصمیم‌گیری مستقل کارآفرینان گردند. کارآفرینی نیاز به پذیرش خطر، استقلال در فکر و شکستن برخی قالب‌های ذهنی دارد، در حالی که بسیاری از جوامع روستایی بر هماهنگی، پیروی از سنت، و پایبندی به ساختارهای اجتماعی تأکید دارند. در چنین شرایطی، فردی که تصمیم می‌گیرد کاری نو و متفاوت انجام دهد، اغلب حمایت اجتماعی لازم را دریافت نمی‌کند و ممکن است حتی از سوی اقارب و اهل قریه دلسرد گردد. ازین‌رو، برای موفقیت برنامه‌های رشد کارآفرینی، نیاز است تا این موانع فرهنگی از طریق آموزش آگاهی‌بخشی، تقویت نقش الگوهای محلی موفق و مشارکت فعال مردم در تصمیم‌گیری‌ها مورد توجه قرار گیرند. کارآفرینی در بستر فرهنگی تقویت‌نشده نه تنها دشوار، بلکه در بسیاری موارد ناکام خواهد بود.

۷- نبود بازارهای پایدار

نبود بازارهای پایدار یکی از موانع کلیدی در توسعه کارآفرینی روستایی است که به‌طور مستقیم بر توانایی دوام و گسترش کسب‌وکارهای محلی تأثیر می‌گذارد. در بسیاری از مناطق روستایی افغانستان، بازارهای منظم، دایمی و قابل پیش‌بینی برای فروش محصولات یا عرضه خدمات وجود ندارد. این امر باعث می‌شود که کارآفرینان نتوانند برای آینده‌کاری‌شان برنامه‌ریزی کنند، زیرا اطمینان از فروش و گردش سرمایه در دست نیست. نبود شبکه‌های بازاریابی منسجم، فاصله زیاد با مراکز شهری و نبود وسایل حمل‌ونقل مناسب نیز مزید بر علت می‌گردد، تا دسترسی به بازارهای بزرگ‌تر دشوار باشد. از سوی دیگر، قیمتگذاری ناپایدار، نوسانات شدید تقاضا (Santos & Eisenhardt, 2009) و نبود قراردادهای رسمی میان تولیدکنندگان و خریداران، موجب می‌شود که بسیاری از کارآفرینان دچار زیان شده یا نتوانند محصولاتشان را به موقع و با قیمت مناسب به فروش برسانند. این وضعیت بویژه برای تولیدکنندگان زراعتی و صنایع دستی صادق است که اغلب وابسته به فصل‌ها و شرایط اقلیمی‌اند، اما بازار فروش آن‌ها هیچ تضمینی ندارد. برای رفع این مشکل، ایجاد بازارچه‌های محلی، حمایت از تعاونی‌ها، توسعه شبکه‌های حمل‌ونقل، استفاده از تکنولوژی برای بازاریابی آنلاین و ایجاد روابط تجاری پایدار میان تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان شهری، (Santos & Eisenhardt, 2009) از جمله راهکارهای مؤثر می‌باشند. در غیر آن، نبود بازار پایدار، منجر به رکود فعالیت‌های کارآفرینانه و افزایش وابستگی اقتصادی روستاها خواهد شد. ولایت فراه با برخورداری از تولیدات زراعتی فراوان، ظرفیت بالایی برای توسعه کارآفرینی در بخش‌هایی چون صنایع پروسس، لبنیات و سایر فعالیت‌های وابسته دارد. با این حال، نبود بازار مناسب برای فروش محصولات، کمبود تأسیسات نگهداری چون ذخیره‌گاه‌ها و سردخانه‌ها و فقدان شرکت‌های

پروفس، موجب تضعیف روند تولیدات زراعتی و بروز چالش‌های جدی در مسیر توسعه اقتصادی این ولایت گردیده است.

۸- نبود مراکز انکشاف کارآفرینی

نبود مراکز انکشاف کارآفرینی در مناطق روستایی یکی از موانع مهم در برابر رشد پایدار فعالیت‌های تولیدی، خدماتی و نوآورانه به شمار می‌رود. این مراکز نقش حیاتی در ارتقای مهارت‌ها، فراهم‌آوری اطلاعات، مشوره‌دهی تخصصی، ایجاد شبکه‌سازی میان کارآفرینان، و تسهیل دسترسی به منابع مالی و مارکت دارند. در غیاب چنین ساختارهایی، روستاییان بویژه جوانان و زنان، با خلأهای دانشی، تکنیکی و مدیریتی مواجه‌اند و نمی‌توانند ایده‌های اقتصادی خود را به‌درستی انکشاف دهند یا به مرحله عملی برسانند. مراکز انکشاف کارآفرینی می‌توانند به‌عنوان پل ارتباطی میان سکتور خصوصی، نهادهای تعلیمی، مؤسسات دولتی و بازارها عمل کنند. اما در بسیاری از روستاهای افغانستان، چنین مراکزی یا وجود ندارند و یا بسیار ضعیف و ناکارآمد می‌باشند. نبود این مراکز باعث شده است که دسترسی به آموزش‌های لازم، اطلاعات بازار، منابع مالی، و فرصت‌های سرمایه‌گذاری محدود گردد و افراد مستعد، انگیزه و حمایت کافی برای آغاز یا توسعه کسب‌وکار نداشته باشند. ایجاد و توسعه مراکز انکشاف کارآفرینی در سطح ولسوالی‌ها می‌تواند بستر مناسبی برای رشد اقتصادی محلی فراهم کند، زیرا این مراکز با ارائه خدمات مشورتی، ورکشاپ‌های مهارتی، و ایجاد شبکه‌های پشتیبان، نقش مؤثری در تقویت ظرفیت‌های داخلی و کاهش وابستگی ایفا می‌نمایند.

۹- مشکلات حقوقی و مقرراتی

مشکلات حقوقی و مقرراتی یکی از موانع اساسی در مسیر رشد و انکشاف کارآفرینی در مناطق روستایی افغانستان به‌شمار می‌روند. نبود چهارچوب قانونی شفاف، ساده و قابل اجرا برای آغاز و ثبت کسب‌وکار، باعث ایجاد ابهام، سردرگمی و بی‌اعتمادی در میان کارآفرینان شده است. روند ثبت قانونی فعالیت‌های اقتصادی در بسیاری از مناطق روستایی افغانستان بویژه به دلیل بروکراسی پیچیده، طولانی بودن زمان انجام مراحل، و عدم دسترسی آسان به دفاتر ثبت، بسیار دلسردکننده است و انگیزه افراد برای آغاز کسب‌وکار را کاهش می‌دهد. این وضعیت در شهرها نسبتاً بهتر است، اما در روستاها به دلیل ضعف زیرساخت‌های اداری و نبود تسهیل‌کننده‌ها، مشکلات جدی‌تر و پیچیده‌تر است. علاوه بر این، نبود قوانین حمایتی مشخص برای صاحبان کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، فقدان مشوق‌های قانونی و معافیت‌های مالیاتی مناسب و عدم تطبیق یکنواخت قوانین در سطوح مختلف دولتی، سبب شده است که بسیاری از کارآفرینان، بویژه در بخش غیررسمی، در معرض خطر مصادره اموال، جرایم ناگهانی یا فساد اداری قرار گیرند. این چالش‌ها نه‌تنها مانع جذب سرمایه‌گذاری محلی و خارجی می‌شوند، بلکه محیط کسب‌وکار را ناامن و ناپایدار می‌سازند. برای رشد واقعی کارآفرینی روستایی، ضروری است چهارچوب‌های قانونی و مقرراتی به‌گونه‌ای ساده، شفاف و قابل دسترسی تنظیم شوند. همچنین نیاز به ظرفیت‌سازی در نهادهای

محلی، آگاهی‌دهی به مردم درباره حقوق و وظایف‌شان و تقویت نهادهای اجرایی قوانین وجود دارد تا فضای حمایتی و اعتمادآفرین برای کارآفرینان فراهم گردد. (World Bank, 2021; UNDP, 2020)

مناقشه

یافته‌های این تحقیق بیانگر آن است که توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی افغانستان و خصوصاً ولایت فراه با چالش‌های چندلایه و پیچیده‌ای مواجه است که عمدتاً از نبود ثبات سیاسی، دسترسی محدود به منابع مالی، ضعف زیرساخت‌ها، سطح پایین مهارت و آموزش و نبود بازارهای پایدار ناشی می‌شود. این یافته‌ها با نتایج تحقیقات مشابه در کشورهای در حال توسعه مطابقت دارد، چنان‌که مطالعات (Mehta & Chatterjee, 2020; World Bank, 2021) نیز بر نقش حیاتی ثبات نهادی، حمایت‌های ساختاری و زیرساخت‌های محلی در توانمندسازی کارآفرینان تأکید کرده‌اند. نبود امنیت و بی‌ثباتی سیاسی در مناطق روستایی نه تنها مانع جذب سرمایه و فعالیت‌های اقتصادی می‌شود، بلکه منجر به فرار مغزها و تخریب بنیان‌های اجتماعی مورد نیاز برای ایجاد فرهنگ کارآفرینی می‌گردد. این در حالی است که در نمونه‌های موفق مانند هند و اندونیزیا، دولت‌ها از طریق سرمایه‌گذاری در امنیت محلی و برنامه‌های توانمندسازی اجتماعی، زمینه را برای رشد کارآفرینی روستایی فراهم کرده‌اند. (Kumar & Sinha, 2019). از سوی دیگر، چالش نبود منابع مالی و بازارهای پایدار باعث گردیده است تا بسیاری از ایده‌های خلاقانه در مرحله ابتدایی باقی بمانند و به اجرا نرسند. در غیاب مراکز انکشاف کارآفرینی و خدمات مشاورتی، کارآفرینان روستایی با خلأ دانشی و فنی مواجه‌اند. این امر با نظریات توسعه اقتصادی محلی (LED) نیز همخوانی دارد که تأکید می‌کند توسعه اقتصادی زمانی مؤثر واقع می‌شود که نهادهای محلی فعال و مردم‌محور در مرکز برنامه‌ها قرار داشته باشند. (OECD, 2022) همچنین، موانع فرهنگی و اجتماعی و محدودیت‌های جنسیتی، نقش تعیین‌کننده در تضعیف مشارکت زنان در فعالیت‌های اقتصادی دارند. در صورتی‌که سیاست‌گذاری‌های حمایتی و تغییر نگرش‌های اجتماعی صورت نگیرد، نیمی از ظرفیت‌های بالقوه برای توسعه اقتصادی نادیده گرفته خواهد شد. بنابراین، این تحقیق تأکید می‌کند که برای تقویت کارآفرینی روستایی، باید موانع ساختاری، نهادی و فرهنگی به‌صورت همزمان هدف‌گیری شوند. این امر نیازمند یک رویکرد جامع بین‌بخشی است که شامل دولت، نهادهای محلی، جامعه مدنی و سکتور خصوصی باشد.

نتیجه‌گیری

نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی ولایت فراه، با موانع چندلایه و ساختاری جدی روبه‌رو است که به‌صورت متقابل یک‌دیگر را تقویت می‌کنند. یافته‌های حاصل از ۱۳۰ مصاحبه نیمه ساختاریافته با ذی‌نفعان محلی از جمله کارآفرینان، بزرگان قومی، مسئولین ادارات، و باشندگان مطلع روستاها، نشان داد که نبود امنیت و ثبات سیاسی، محدودیت شدید در دسترسی به منابع مالی، ضعف زیرساخت‌های فیزیکی، نبود نظام حمایتی مؤثر، سطح پایین آموزش و مهارت، محدودیت‌های فرهنگی و اجتماعی، نبود بازارهای پایدار، فقدان مراکز انکشاف کارآفرینی و چالش‌های حقوقی و مقرراتی از مهم‌ترین موانع موجود می‌باشند. این موانع نه تنها مانع رشد کسب‌وکارهای محلی شده‌اند، بلکه سبب

مهاجرت، کاهش انگیزه و از بین رفتن روحیه ابتکار در میان جوانان روستایی گردیده‌اند. تحقیق حاضر همچنین نشان می‌دهد که حل این چالش‌ها نیازمند یک رویکرد جامع، بین‌بخشی و هم‌زمان است. رویکردی که در آن دولت، نهادهای محلی، جامعه مدنی و سکتور خصوصی با همکاری و هم‌راستایی عمل نمایند. راهکارهای پیشنهادی شامل تقویت زیرساخت‌ها، ساده‌سازی قوانین کسب‌وکار، گسترش خدمات تمویل مالی، ایجاد مراکز انکشاف کارآفرینی در سطح ولسوالی‌ها، فراهم‌سازی آموزش‌های فنی و مدیریتی و ارتقای آگاهی اجتماعی نسبت به فرهنگ کارآفرینی است. از این منظر، کارآفرینی در روستاهای افغانستان نباید صرفاً به‌عنوان یک موضوع اقتصادی نگریسته شود، بلکه باید آن را به‌عنوان یک راهبرد ملی برای توسعه پایدار، کاهش بیکاری و تقویت ثبات اجتماعی مورد توجه قرار داد.

منابع و مأخذ

۱. زرنگار، حمیدرضا، (۱۳۸۱) کارآفرینی به منزله نیروی اقتصادی در توسعه روستایی، جهاد، ۱۴(۲۲)، ۱-۲۰.
۲. علیخانی داد و کلایی، مهدی. (۱۳۹۳) چالش‌های پیش‌روی زنان در کارآفرینی کشاورزی، کارآفرینی در کشاورزی، ۱(۴)، ۱۹-۳۲.
۳. فلاح حقیقی، نگین. (۱۳۹۴) میکروکارآفرینی و توانمندسازی زنان روستایی: چالش‌های پیش‌رو، کارآفرینی در کشاورزی، ۲(۱)، ۱۲۵-۱۴۵.
۴. قمبرعلی، رضوان، و رستمی، فرحناز، (۱۳۹۴). شناسایی مشکلات زنان کارآفرین استان کرمانشاه، کارآفرینی در کشاورزی، ۲(۱)، ۱-۱۸.
۵. موحدی، رضا، سامیان، مسعود، و حیدری تزارک، خدیجه. (۱۳۹۴). برنامه‌های آموزش کارآفرینی در حوزه کشاورزی: موانع، مشکلات و راه‌حل‌ها، کارآفرینی در کشاورزی، ۱(۳)، ۱-۲۰.
6. FAO. (2022). Rural livelihoods and agribusiness support in Afghanistan. Food and Agriculture Organization of the United Nations.
7. Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). Entrepreneurship (10th ed.). McGraw-Hill Education.
8. OECD. (2020). Rural Development Strategy: Enhancing rural entrepreneurship. Organisation for Economic Co-operation and Development.
9. Rahmati, M. (2020). Barriers to entrepreneurship in rural Afghanistan: A field analysis. Journal of Afghan Development Studies, 5(2), 34-50.
10. UNDP. (2019). Gender and entrepreneurship in rural Afghanistan. United Nations Development Programme.
11. World Bank. (2021). Afghanistan Development Update. The World Bank Group.
12. Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. Journal of Business Venturing, 18(1), 105-123.
13. Audretsch, D. B. (2021). Entrepreneurship and economic growth. Oxford University Press.
14. Bygrave, W. D., & Zacharakis, A. (2017). Entrepreneurship (4th ed.). Wiley.
15. Chand, S., & Rani, R. (2021). Rural entrepreneurship: A strategy for sustainable economic development. International Journal of Rural Management, 17(2), 145-160.
16. Drucker, P. F. (1985). Innovation and entrepreneurship. Harper & Row.
17. Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2020). Entrepreneurship (11th ed.). McGraw-Hill Education.
18. Neck, H. M., Greene, P. G., & Brush, C. G. (2021). Teaching entrepreneurship: A practice-based approach (2nd ed.). Edward Elgar Publishing.
19. OECD. (2021). Entrepreneurship at a glance 2021. Retrieved from <https://www.oecd.org>

20. Rae, D. (2020). Opportunity centered entrepreneurship. Palgrave Macmillan.
21. Schumpeter, J. A. (1934). The theory of economic development. Harvard University Press.
22. Acs, Z. J. (2006). How is entrepreneurship good for economic growth? *Innovation, Technology, and Knowledge Management*, 8(3), 19-35.
23. Brush, C. G. (1992). Research on women business owners: Past trends, a new perspective and future directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(4), 5-30.
24. Carter, S. (1999). Improving the understanding of women's entrepreneurial networks: Perspectives on research and practice. *Entrepreneurship and Regional Development*, 11(1), 23-40.
25. GEM. (2016). Global entrepreneurship monitor 2016 report. Retrieved from www.gemconsortium.org
26. Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577-598.
27. Mitra, J. (2002). The role of entrepreneurship in rural development. *Journal of Rural Studies*, 18(4), 401-413.
28. Schumpeter, J. A. (1934). The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle. Harvard University Press.
29. Throsby, D. (2008). The economics of cultural policy. Cambridge University Press.
30. World Bank. (2019). Afghanistan: Country partnership framework. Retrieved from www.worldbank.org
31. ESCAP. (2023). Youth entrepreneurship in rural Asia and the Pacific: Pathways to prosperity. United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific.
32. FAO. (2021). Empowering rural communities through agripreneurship. Food and Agriculture Organization of the United Nations.
33. GEM. (2023). Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 Global Report. Retrieved from <https://www.gemconsortium.org>
34. ILO. (2022). Decent work for rural women entrepreneurs. International Labour Organization.
35. OECD. (2022). Policy highlights: Rural development and entrepreneurship. Retrieved from <https://www.oecd.org>
36. UNDP. (2023). Inclusive rural development through entrepreneurship in fragile contexts. United Nations Development Programme.
37. World Bank. (2022). Creating markets in Afghanistan: Country private sector diagnostics. The World Bank Group.
38. Newbery, R., Gorton, M., Phillipson, J., & Atterton, J. (2020). Engaging in rural spaces: A conceptual exploration of customer engagement in rural entrepreneurship. *Journal of Rural Studies*, 78, 1-10.
39. Alsos, G. A., Ljunggren, E., & Pettersen, L. T. (2011). Farm-based entrepreneurs: What triggers the start-up of new business activities? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 18(3), 435-450.

40. Gaddefors, J., & Anderson, A. R. (2019). Challenging established structures: Gender and rural entrepreneurship. In *Gender and Rural Entrepreneurship* (pp. 123–140). Springer.
41. FAO. (2021). Empowering rural youth through entrepreneurship. Food and Agriculture Organization of the United Nations.
42. Mazloun Yar, F. G., & Hajinejad, A. (2023). Opportunities and Challenges of Rural Entrepreneurship in Afghanistan. *Journal of Entrepreneurial and Business Diversity*, 1(2), 113–119.
43. Mazloun Yar, F. G., & Zazia, J. G. (2025). Obstacles and Challenges of Rural Development in Afghanistan: Examining Problems and Solutions. *Innovation in Education and Social Sciences Research*, 3(1).
44. Mazloun Yar, F. G., & Yasouri, M. (2024). Rural Development Challenges in Addition to Effective Solutions to Overcome Obstacles. *Zhongguo Kuangye Daxue Xuebao*, 29(3), 79–90.
45. Central Statistics Organization. (2021). Afghanistan demographic and health survey. Kabul: CSO.
46. De Soto, H. (2000). The mystery of capital: Why capitalism triumphs in the West and fails everywhere else. Basic Books.
47. FAO. (2020). Afghanistan agriculture and livelihoods update. Retrieved from <https://www.fao.org/afghanistan>
48. FAO. (2021). Empowering rural communities through agripreneurship. Food and Agriculture Organization of the United Nations.
49. Mehta, P., & Chatterjee, A. (2020). Barriers to entrepreneurship in conflict zones: A case of rural Afghanistan. *Journal of Development and Peace Studies*, 8(2), 45–63.
50. Naudé, W. (2010). Entrepreneurship, developing countries, and development economics: New approaches and insights. *Small Business Economics*, 34(1), 1–12. <https://doi.org/10.1007/s11187-009-9198-2>
51. Santos, F., & Eisenhardt, K. M. (2009). Constructing markets and shaping boundaries: Entrepreneurial power in nascent fields. *Academy of Management Journal*, 52(4), 643–671. <https://doi.org/10.5465/amj.2009.43669917>
52. UNESCO. (2021). Afghanistan: Education sector analysis. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
53. United Nations Development Programme (UNDP). (2020). Legal and regulatory barriers to entrepreneurship in rural Afghanistan. Kabul: UNDP Afghanistan.
54. UNDP. (2023). Inclusive rural development through entrepreneurship in fragile contexts. United Nations Development Programme.
55. World Bank. (2020). Afghanistan development update. Retrieved from <https://www.worldbank.org/en/country/afghanistan/publication/development-update>
56. World Bank. (2021). Afghanistan development update. The World Bank Group. Retrieved from <https://www.worldbank.org>
57. World Bank. (2021). Doing business in Afghanistan: Challenges and opportunities. Washington, DC: World Bank Group. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1567-0>

58. World Bank. (2021). Afghanistan: Country private sector diagnostics. Retrieved from <https://www.worldbank.org>
59. World Bank. (2022). Creating markets in Afghanistan: Country private sector diagnostics. The World Bank Group.
60. A. Kanonier, & S. Zehetner (Eds.), Festschrift Franz Zehetner. Wien