نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، سال بیستم، شماره ۵۷، تابستان ۹۹

تبیین چالش های کارآفرینی کسب و کارهای کوچک روستایی، (مطالعه موردی روستاهای شهرستان بیجار)

دریافت مقاله: ۹۷/۶/۳۰ **پذیرش نهایی:** ۹۷/۱۰/۷

صفحات: ۱۱۹-۱۰۵

حسین فراهانی: دانشیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران[۱].
Email: hfarahani@znu.ac.ir
مینا الوندی: دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشکده علوم انسانی دانشگاه زنجان، زنجان، ایران.
Email: minaalvandi62@ gmail.com

چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی چالش‌های کارآفرینی در راستای بهبود کارآفرینی، ایجاد اشتغال و درآمد پایدار از طریق راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک است. تحقیق حاضر ازنظر هدف کاربردی، ازنظر درجه نظارت و کنترل میدانی و ازنظر ماهیت و روش به‌صورت توصیفی- تحلیلی بوده است. جامعه آماری تحقیق شامل خانوارهای روستایی ساکن شهرستان بیجار می‌باشد. جمعیت این شهرستان طبق سرشماری سال ۱۳۹۵ معادل ۸۹۱۶۲ نفر (مرکز آمار ایران) بوده است که بر اساس توزیع مکانی ۴۴ درصد روستایی و ۵۶ درصد شهری بوده‌اند. همچنین ۲۸۳ نقطه روستایی دریازده دهستان دارد که از این میان ۱۲ روستای دارای کارآفرینی و از تعداد آن‌ها ۲۴۴ خانوار با استفاده از فرمول اصلاح‌شده کوکران به دست آمد. روش گردآوری اطلاعات به‌صورت کتابخانه‌ای و میدانی (پرسشنامه) بوده است. در این پرسشنامه از افراد خواسته‌شده بود بر اساس طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای میزان اهمیت هرکدام از چالش‌های شناسایی‌شده در حوزه کسب‌وکارهای کوچک روستایی را بر اساس گزینه‌های این طیف شامل (بسیار زیاد، زیاد، متوسط، کم و بسیار کم) مشخص کنند و با استفاده از مدل معادلات ساختاری (تحلیل عاملی) در نرم‌افزار Amos تجزیه‌وتحلیل داده‌ها صورت گرفته است. نتایج تحقیق نشان داد که همه چالش‌ها در کارآفرینی کسب‌وکارهای کوچک تأثیرگذار بوده‌اند، اما عوامل اقتصادی با بار عاملی ۰/۹۱ دارای بالاترین تأثیر در بین چالش‌های موجود بوده است و چالش‌های فردی و اجتماعی با بار عاملی به ترتیب ۰/۲۳ و ۰/۲۸ دارای کمترین بار عاملی بوده است.

کلید واژگان: توسعه پایدار روستایی، فضای کسب‌وکار، اقتصاد روستایی، توانمندسازی، استان کردستان

۱ . **نویسنده مسئول**: استان کردستان، شهرستان بیجار، خیابان شهدا، کوچه استقلال. ۰۹۰۳۱۹۲۵۴۰۸

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1399.20.58.5.0]
[DOI: 10.29252/jgs.20.58.105]

مقدمه

در دهه‌های اخیر، تمرکز سیاست‌های توسعه اقتصادی بر گسترش کسب‌وکارهای کوچک روستایی به‌عنوان راه حلی برای رسیدن به توسعه در نظر گرفته‌شده است(مارکسون و دلر[۱]،۲۰۱۲: ۸۳-۱۱۵). مفهوم کسب‌وکارهای کوچک بازتاب‌دهنده استراتژی کوچک زیباست که توسط شوماخر اقتصاددان آلمانی در ادبیات اقتصادی مطرح گردید. این استراتژی دارای مزایایی نظیر انعطاف‌پذیری بالا (هیمنن[۲]،۲۰۱۲: ۱۲۲-۱۴۴) نیاز به سرمایه کمتر، استفاده از تکنولوژی ساده (دره کولوول[۳]، ۲۰۱۲: ۲۷۳-۲۸۵)، استفاده از منابع محلی در فرایند تولید و جذب سرمایه‌های سرگردان است (شوماخر[۴]، ۱۳۶۰). کسب‌وکارهای کوچک و کارآفرینی در این نوع مشاغل روستایی یک عامل مهم برای کاهش فقر، افزایش بهره‌وری و رقابت هستند (بوروئی[۵]، ۲۰۱۵: ۱۰۷۳-۱۰۹۳) و با ایجاد تنوع در فعالیت‌های اقتصادی روستا اهمیت بسیاری بر رشد و توسعه و بسیج منابع، جهت بهبود عملکرد اقتصادی دارند (مارکانتونی[۶]، ۲۰۱۳: ۲۹۲-۳۰۷). همچنین با تقویت تحولات اجتماعی، جهت‌گیری تجاری را بهبود می‌بخشند و با ایجاد اشتغال و افزایش ارزش‌افزوده و ثروت، منجر به تحول روستایی می‌گردند(الیمو و آدسینا[۸]).گرچه این نوع کارآفرینی به‌عنوان وسیله‌ای برای تحریک توسعه روستایی محسوب می‌شود؛ اما با چالش‌های خاصی مواجه می‌باشد (کارولین و الین[۹]، ۲۰۱۸). اصولاً موانع و چالش‌های کارآفرینی در مناطق روستایی را می‌توان شامل موانع فردی، خانوادگی، فرهنگی ـ اجتماعی، اقتصادی و مدیریتی و ساختاری و محیطی دانست (رکن‌الدین افتخاری و سجاسی قیداری،۱۳۹۲: ۵۱) شهرستان بیجار به‌عنوان یکی از مصادیق تک‌محصولی بودن همواره با مشکلاتی ازجمله اختصاص بخش اعظم زیر کشت منطقه به گندم و حاکمیت بخش کشاورزی، بیکاری و مهاجرت مواجه می‌باشد؛ بنابراین در راستای توسعه پایدار و تنوع‌بخشی به فعالیت‌های روستایی سعی شده است تا زمینه برای کارآفرینی کسب‌وکارهای کوچک در این منطقه فراهم شود.

تحقیقات بسیاری بر روی کارآفرینی روستایی و کسب‌وکارهای کوچک صورت گرفته است ازجمله:

لین مارتین و همکاران[۱۰] (۲۰۱۳) در مطالعه‌ای به بررسی رشد اقتصادی و نوآوری اقتصادی در شرکت‌های کوچک روستایی در مناطق روستایی انگلستان از غرب میدلندز و مناطق نزدیک ولز پرداختند. نتایج حاکی از آن است که نوآوری در کسب‌وکارهای کوچک روستایی باید به‌گونه‌ای باشد که به کاهش ضایعات و کاهش میزان مصرف مواد خام بپردازد. همچنین ضمن معرفی محصولات و فرایندهای جدید به مشتری، به‌طور قابل‌توجهی به کاهش اثرات زیست‌محیطی بپردازند. انیولا و انتبانگ[۱۱] (۲۰۱۵) در مطالعه‌ای با عنوان عملکرد، نوآوری و چالش‌های مالی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط به تحلیل نوآوری مالی و علل چالش‌های مالی کسب‌وکارهای

1 Markeson & Deller
2 Heimonen
3 Dare Kolawole
4 Schumacher
5 Bouraoui
6 Markanton et al
7 Alemu &. Adesina
9 Caroline & Elaine
13 Lynn Martin et al
9 Eniolaa & Entebanga

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1399.20.58.5.0]
[DOI: 10.29252/jgs.20.58.105]

کوچک و متوسط در نیجریه پرداختند. نتایج حاکی از آن است که کمبود وام‌های بانکی، مسائل جغرافیایی و عدم استانداردسازی در بودجه عمومی ازجمله چالش‌های موفقیت مالی کسب‌وکارهای کوچک می‌باشد. همچنین این مطالعه یکی از راه‌های نوآورانه برای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، بهبود تأمین مالی از طریق کرودفاندینگ[۱۲] (تأمین سرمایه از طریق گروهی از مردم) می‌داند. موروگان و ناتارهاجان[۱۳] (۲۰۱۵) در مطالعه‌ای با عنوان محدودیت‌های کارآفرینی روستایی در منطقه سیوگانگای، به بررسی چالش‌های پیش روی کارآفرینان روستایی را در چهار گروه؛ چالش‌های مالی، بازاریابی، مدیریتی، فنّاورانه و آموزشی پرداختند. نتایج نشان می‌دهد که یک رابطه معناداری بین عوامل فردی و موانع منطقه‌ای روستا وجود دارد و آموزش عامل مهمی درزمینه گسترش کارآفرینی می‌باشد. مکدول و همکاران(۲۰۱۵)[۱۴] در مطالعه به نقش نوآوری در سرمایه فکری و رابطه عملکرد سازمانی با استفاده از یک نمونه کوچک بر روی ۴۶۰ صاحب کسب‌وکار کوچک پرداخت. نتایج نشان‌دهنده یک رابطه مثبت بین دو جزء سرمایه فکری، سرمایه انسانی و سرمایه سازمانی و عملکرد سازمانی است. تجزیه‌وتحلیل بیشتر نشان می‌دهد که نوآوری بخشی از رابطه بین سرمایه فکری و عملکرد سازمانی است. یافته‌های آن‌ها نشان می‌دهد که شرکت‌های کارآمد می‌توانند به‌خوبی کارکنان ماهر و نوآورانه را برای دستیابی به بهترین عملکرد از طریق نوآوری به‌کارگیرند.

در ایران نیز فراهانی و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان عوامل اثرگذار بر رشد کارآفرینی در نواحی روستایی مطالعه موردی موردبررسی، عامل زیرساختی و اجتماعی با بار عاملی ۶۳/۵ اثرگذارترین بوده است. سعید کریمی(۱۳۹۳) در تحقیق با عنوان چالش‌ها و فرصت‌های کارآفرینی روستایی، کارآفرینی روستایی را راهبردی اثربخش برای توسعه اقتصادی- اجتماعی کشورها دانسته است و همچنین نقش آن را در اشتغال‌زایی پایدار، توسعه عدالت، کاهش فقر و حل مشکلات جامعه روستایی مؤثرمی داند همچنین وی مهم‌ترین راهکار جهت رفع چالش‌های کارآفرینی را عزم ملی می‌داند و راهبردهایی را ازجمله ایجاد بانک‌ها و مؤسسات مالی، آموزش ایجاد و گسترش تعاونی‌ها، تبلیغ و ترویج فرهنگ کارآفرینی پیشنهاد می‌دهد. قدیری معصوم و همکاران (۱۳۹۳) در مطالعه‌ای با استفاده از تحلیل عاملی به مطالعه موانع کارآفرینی روستایی در دهستان غنی بیگلو استان زنجان پرداختند. نتایج حاکی از آن است که عوامل فردی، اقتصادی و زیرساختی با توجیه ۱۳/۶۴ درصد واریانس مهم‌ترین مانع توسعه کارآفرینی در نواحی روستایی است.

اما مطالعات زیادی در ارتباط با بررسی چالش‌های کارآفرینی کسب‌وکارهای کوچک در نواحی روستایی صورت نگرفته است. از همین روی تحقیق حاضر سعی در بررسی چالش‌های کارآفرینی کسب‌وکارهای کوچک در روستاهای شهرستان بیجار دارد. لذا سوال اصلی تحقیق عبارت است از مهم‌ترین چالش‌های کارآفرینی کسب‌وکارهای کوچک روستایی کدامند؟

10 crowdfounding
11 Muruganantham &.Natarajan
12 McDowell et al

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1399.20.58.5.0]
[DOI: 10.29252/jgs.20.58.105]

ادبیات نظری

ریشه لغت کارآفرینی از کلمه فرانسوی entrepreneur نشات گرفته است که به معنی بر عهده گرفتن است و اشاره به کسی دارد که یک فعالیت را با قبول مخاطرات آن آغاز می‌کند (کودا و همکاران[15]،۲۰۱۷: ۱۵۲-۱۶۳). واژه کارآفرینی از یک‌سو، رویکرد توسعه اقتصادی است که موردتوجه برخی از کشورها قرارگرفته که از طریق کارآفرینی توانسته‌اند به توسعه دست یابند و از سویی دیگر به معنای توانایی راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید، فروش ایده یا خدمتی جدید می‌باشد که بسیار ارزشمند و پایان‌ناپذیر است (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۵). مفهوم کارآفرینی دربرگیرنده مؤلفه‌ها و ویژگی‌های مختلفی است؛ ازجمله کانتیلون[16] ریسک‌پذیری را مؤلفه اصلی کارآفرینی می‌داند (سورین جورج[17]، ۲۰۱۳) و کارآفرین را فردی می‌داند که قدرت پیش‌بینی دارد و با کاهش خطرات کاری را برای سود بیشتر ایجاد می‌کند (تولوس و یرتکر[18]، ۲۰۱۵). کرزنر[19] شناسایی فرصت‌ها را عنصر اصلی کارآفرینی در نظر می‌گیرد. از دیدگاه وی کارآفرین کسی است که سریع‌تر از دیگران فرصت‌های کسب‌وکار را شناسایی می‌کند (آتیلا اونر[20]، ۲۰۱۶: ۶۲-۷۱)، جوزف شومپیپتر[21] در کتاب «نظریه توسعه‌ی اقتصادی»(انتشار در سال ۱۹۳۴)، کارآفرینی را به‌مثابه موتور محرک اولیه‌ی توسعه‌ی اقتصادی و نوآوری را به‌منزله‌ی عنصر اصلی توسعه می‌داند و کارآفرین را فردی می‌داند که نوآوری می‌کند و ترکیب‌های جدیدی را به وجود می‌آورد (تیکهیریا[22]، ۲۰۱۶ :۵۶). کارآفرینی همچنین به توانایی افراد و بنگاه‌ها جهت ایجاد سرمایه‌گذاری در فضاهای مختلف اقتصادی اشاره دارد (دوبو[23]،۲۰۱۶: ۱-۱۱). کارآفرینی فعالیتی است باهدف شروع، سازمان‌دهی و به‌روزرسانی عملیات کسب‌وکار، ایجاد بازارهای جدید و کسب سود که با تمام جنبه‌های رفتار و اعمال انسانی، توسعه‌ی خلاقیت، تحریک ایده‌ها و غنی‌سازی نیازهای انسانی مرتبط است (استیوانوویا[24]، ۲۰۱۶: ۲۵۴-۲۶۱). در نواحی روستایی کارآفرینی می‌تواند فرصت‌های جدیدی را برای روستاییان فراهم کند تا درآمد و سرمایه خود را افزایش دهند (ابراهیمی و همکاران:۱۳۹۳). در این راستا کارآفرینی روستایی به‌عنوان ارزش‌افزوده‌ای تعریف می‌شود که مربوط به طبقه اجتماعی و فضایی روستایی است. (تنوگ[25]،۲۰۱۵) خاتون‌آبادی و انداده (۲۰۰۸) کارآفرینی روستایی را ایجاد کسب‌وکار با بهره‌گیری از فرصت‌های محلی همراه با نوآوری و تلاش بالا و پذیرش خطرهای مالی، روحی و اجتماعی تعریف می‌کنند که باانگیزه توفیق طلبی و استقلال همراه می‌باشد (حسینی نیا و فلاحی:۱۳۹۶). همچنین کارآفرینی به عنوان یکی از راهبردهای غیر سنتی توسعه‌ی روستایی، از دیدگاه سیاستمداران به‌عنوان یک استراتژی کلیدی برای

16 Coda et al
15 Cantillon
۱۷ Sorin-George
18 Tülüce & Yurtkur
۱۹ Kirzner
۲۰ Atilla oner
۲۱ Schumpeter
۲۲ Teixeira
۲۳ Dubois
۲۴ Stevanovića
۲۵ Tanvig

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1399.20.58.5.0]
[DOI: 10.29252/jgs.20.58.105]

جلوگیری از شورش و ناآرامی در مناطق روستایی، از دیدگاه کشاورزان و روستائیان به‌عنوان وسیله‌ای برای بهبود درآمد و برای زنان به‌عنوان فرصتی برای شغل در مجاورت محل سکونت‌گاه‌ها است که می‌تواند منجر به خودکفایی، اشتغال و کاهش نیازهای اجتماعی آن‌ها شود (تقی پور و همکاران، ۲۰۱۵). نظر به تحولات سریع تکنولوژی ارتباطات و کاهش نسبی اهمیت اقتصاد کشاورزی توجه به کسب وکارهای روستایی امری ضروریست (بوسورت و ترنر[۲۶]، ۲۰۱۸: ۱-۱۰)، در این بین اغلب کسب وکارهایی که در نواحی روستایی ایجاد می شوند، کسب وکارهای کوچک هستند (بیسر ومیلر[۲۷]، ۲۰۱۳: ۱۸۶-۱۹۵). طبق تعریف اتحادیه اروپا کسب وکارهایی با نیروی کار ۱۰ تا ۵۰ نفر به عنوان کسب وکار کوچک شناخته می شوند. کارآفرینی وکسب‌وکارهای کوچک با ایجاد فرصت‌های شغلی مبتنی بر استفاده از منابع محلی به‌صورت پایدار و تأکید بر توسعه درونی روستا به‌عنوان راهبردی برای رشد پایدار روستایی مطرح می‌گردد (فلاتارتا و فارل[۲۸]،۲۰۱۷: ۱۵-۲۷). کسب‌وکارهای کوچک روستایی با حفظ شیوه زندگی سنتی، بخش مهمی از ساختار اجتماعی و اقتصادی جوامع روستایی را حفظ می‌کنند (وبستر[۲۹]، ۲۰۱۷: ۲۱۹-۲۲۸). همچنین آن‌ها نیروی حیاتی جوامع روستایی هستند که با کمک‌های اقتصادی نقش مهمی در زندگی مدنی و انسان دوستانه‌ی جوامع روستایی ایفا می‌کنند (تمپلین و همکاران[۳۰]، ۲۰۱۷: ۱-۱۷) و با ارائه طیف وسیعی از خدمات و محصولات به ایجاد اقتصادهای محلی پایدارتر کمک می‌کنند و تأثیر مثبتی بر انعطاف‌پذیری جامعه روستایی دارد (استینرو اترتون[۳۱] ۲۰۱۵).

درعین‌حال مجموعه‌ای از شرایط مرتبط با کارآفرینی به‌عنوان چالش‌هایی برای کسب‌وکارهای کوچک در نواحی روستایی وجود دارند. چالش را می‌توان یک پدیده سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، فنی و یا شخصی تعریف کرد که پتانسیل‌های شخص را برای کسب‌وکار به‌طور موقت یا دائم محدود می‌کند (اسمیت[۳۲]،۲۰۱۵: ۳۴۳-۳۲۷)؛ که از منظر نواحی روستایی می تواند شامل دوری از بازارهای فروش، بالا بودن هزینه‌های حمل‌ونقل، دوری از نهادها و سازمان‌های حمایت‌کننده (کانلاکیس و زامپتی کیس[۳۳])، عدم زیرساخت‌های مناسب، فقدان نیروی کار ماهر و عدم زیرساخت‌های اینترنتی شود (پاو[۳۴]، ۲۰۱۸: ۱۲۵-۱۳۳).

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نوع هدف کاربردی و ازنظر ماهیت و روش به‌صورت توصیفی- تحلیلی می‌باشد. در تحقیق حاضر ابتدا برای بررسی چالش‌های کارآفرینی کسب‌وکارهای کوچک، چالش‌های مرتبط در پنج بعد اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، محیطی، نهادی و فردی تقسیم‌بندی گردیده و مطابق جدول(۱) شاخص‌های مرتبط در قالب گویه هایی با مقیاس رتبه‌ای طراحی و با استفاده از ۵۱ معرف با استفاده از طیف لیکرت (خیلی کم، کم،

۲۶ Bosworth & Turner
26 Basser & Miller
۲۸ Fhlatharta & Farrell
۲۹ Webster
۳۰ Templin et al
۳۱ Steiner & Atterton
۳۲ Smith
31 Zampetakis & Kanelakis
۳۴ Powe

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1399.20.58.5.0]
[DOI: 10.29252/jgs.20.58.105]

متوسط، زیاد، خیلی زیاد) به ارزیابی چالش‌های کارآفرینی کسب‌وکارهای کوچک پرداخته‌شده است. روش گردآوری اطلاعات به‌صورت کتابخانه‌ای (فیش‌برداری از کتب، مقالات و منابع اینترنتی) و میدانی (پرسشنامه) بوده است. پس از جمع‌آوری اطلاعات از طریق پرسشنامه، داده‌های به‌دست‌آمده، کد گزاری و از طریق نرم‌افزار Spss و Amos با استفاده از روش‌های آماری توصیفی و تحلیلی مورد تجزیه‌وتحلیل قرار گرفت.

جدول(۱). تعریف عملیاتی متغیرهای پژوهش

ابعاد	شاخص	معرف‌ها و گویه ها
اقتصادی	کمبود تسهیلات مناسب	نبود اعتبارات مالی مناسب، نبود اعتبارات مالی مناسب ازنظر نرخ سود، نداشتن پس‌انداز نقدی، نداشتن پس‌انداز غیر نقدی
	عدم وجود امکانات مناسب	نداشتن زمین و آب، نداشتن منابع تولیدی، نداشتن وثیقه
	کمبود تقاضا	تأکید بر یک صنعت یا کسب‌وکار خاص در روستا کمبود تقاضا برای محصولات و خدمات تولیدی پایین بودن بهره‌وری در بخش تولیدی موردنظر
فردی	عدم روحیه کارآفرینی	عدم انگیزه تغییر در کیفیت زندگی، عدم روحیه کارآفرینی
	عدم مسئولیت‌پذیری	نداشتن صداقت، عدم توانایی پذیرش مشاغل اجتماعی
	عدم نوآوری	نداشتن نوآوری، عدم خلاقیت فکری
	عدم نگرش مثبت	عدم نیاز به موفقیت، عدم نگرش مثبت به زندگی
	عدم تحمل ابهام	نداشتن صبر، عدم تحمل ابهام، عدم ریسک‌پذیری، عدم اعتقاد به مالکیت خصوصی
	عدم تمایلات فردی	پایین بودن علاقه جهت به کارگری فعالیت‌های نوین، عدم تمایل به تحرک اجتماعی، عدم تمایل جهت شرکت در کلاس‌های کارآفرینی، اعتقاد به تقدیر، عدم تجربه فنی، کمبود مهارت
نهادی	سازمان‌ها	عدم وجود صندوق‌های کارآفرینی، عدم وجود مشوق‌های اقتصادی از قبیل دیرکرد جرائم، بی‌احترامی به کارآفرینان در اداره‌های دولتی، پایین بودن میزان فعالیت دهیاری‌ها و شوراهای اسلامی جهت ایجاد بسترهای کارآفرینی، پایین بودن میزان حضور مروجان جهت آموزش کارآفرینی، پایین بودن حمایت از سوی نهادهای مسئول و متولیان بخش کشاورزی، پایین بودن وجود تشکل‌ها و اتحادیه‌ها در حوزه‌های مختلف کسب‌وکار
	فقدان قوانین و مقررات مناسب	تغییر قوانین و فقدان شفافیت، عدم وجود یک مراحل اداری بوروکراتیک، بالا بودن هزینه‌ی ثبت شرکت‌های کوچک
اجتماعی-فرهنگی	سطح پایین دانش و آگاهی	پایین بودن سطح سواد روستاییان، عدم آشنایی با کامپیوتر و اینترنت، عدم آشنایی با بازاریابی الکترونیکی، ناآشنایی با بازارهای محلی
	مشارکت پایین	عدم اعتماد به آشنایان و همکاران، عدم اعتماد به نهادهای روستایی، پایین بودن روحیه کارگروهی، عدم مشارکت در راه‌اندازی کسب‌وکار جدید، عدم مشارکت زنان و دختران در فعالیت‌های روستایی، مشارکت در شناسایی افراد خلاق و نوآور، میزان همکاری مردم با شوراها و دهیاری‌های، احساس مسئولیت نسبت به همدیگر
	عدم فرهنگ‌سازی مناسب	بی‌اعتمادی جامعه به کارآفرینان، حقیر شمردن کارهای غیردولتی
محیطی	عدم زیرساخت‌های کافی	عدم وجود زیرساخت‌های فیزیکی، عدم وجود زیرساخت‌های مرتبط با محیط کسب‌وکار
	کاستی‌های نظام حمل‌ونقل	نبود وسایل مناسب حمل‌ونقل، بالا بودن هزینه‌های حمل‌ونقل

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1399.20.58.5.0]
[DOI: 10.29252/jgs.20.58.105]

به‌منظور اطمینان از پایایی گویه های طرح‌شده از یک نمونه اولیه شامل ۳۰ پرسشنامه پیش‌آزمون گرفته شد و میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ ۰/۷۳۳ به دست آمد. همچنین روایی پرسشنامه با توجه به قضاوت نظر متخصصین در این زمینه، مورد تأیید قرار گرفت.

جدول(۲). میزان آلفای محاسبه‌شده برای هریک از متغیرهای تحقیق

ابعاد	میزان آلفای کرونباخ (درصد)
اقتصادی	۰/۸۶۳
فردی	۰/۷۳۸
نهادی	۰/۸۲۶
اجتماعی	۰/۸۴۵
محیطی	۰/۷۰۷
کل	۰/۷۳۳

جامعه آماری تحقیق حاضر خانوارهای ساکن در روستاهای شهرستان بیجار است. این شهرستان در سرشماری سال ۱۳۹۵ دارای۱۱ دهستان و ۲۸۳ نقطه روستایی بوده است که در بین این روستاها ۱۲ روستا که در آن‌ها کارآفرینی صورت گرفته است، به‌عنوان روستاهای نمونه انتخاب گردید که این روستاها در سرشماری سال ۱۳۹۵ دارای ۵۹۲۳ جمعیت در قالب ۱۶۳۳ خانوار بوده‌اند شکل(۱). جهت انتخاب نمونه موردمطالعه از فرمول کوکران [۳۵] استفاده شد و ۲۷۰ خانوار به‌عنوان حجم نمونه تعیین گردید که با توجه به تعداد بالای نمونه به‌دست‌آمده و جهت صرفه‌جویی در وقت و هزینه تحقیق با استفاده از رابطه(۱) [۳۶] تعداد نمونه به ۲۴۴ خانوار کاهش یافت و با استفاده از روش نمونه‌گیری ساده به توزیع پرسشنامه‌ها و جمع‌آوری اطلاعات اقدام گردید جدول(۳).

35

$$n = \frac{z^2pq}{d^2}/(1+\frac{1}{N})(\frac{z^2pq}{d^2}-1)) \quad p = 70 \quad q = 30$$

36

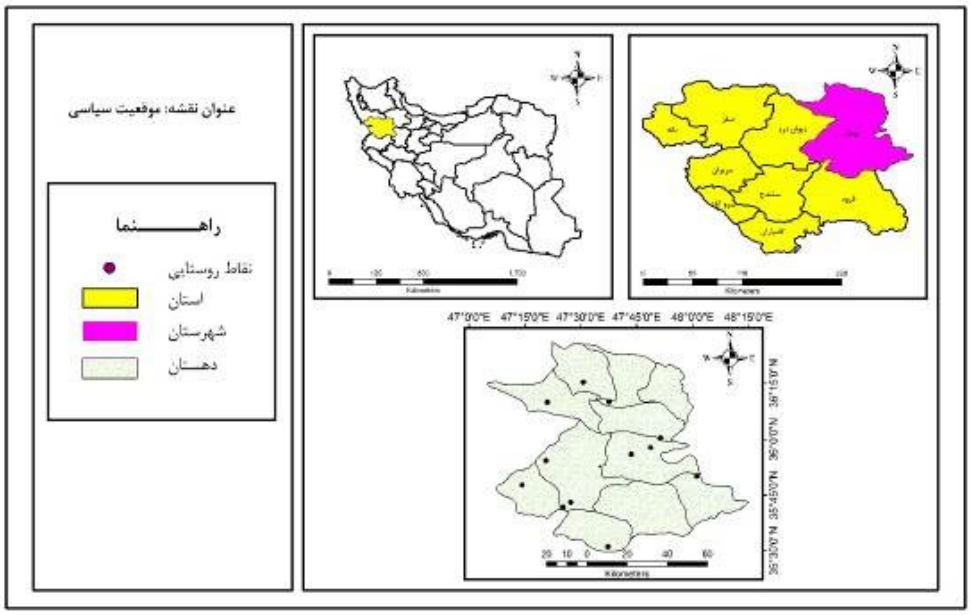
$$n = n'/[1+(n'/N)]$$

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1399.20.58.5.0]
[DOI: 10.29252/jgs.20.58.105]

جدول(۳). ویژگی‌های روستاهای موردمطالعه

ردیف	نام روستا	خانوار	جمعیت	تعداد نمونه
۱	جعفرآباد	۴۷	۱۵۴	۸
۲	خسروآباد	۱۴۷	۵۱۴	۲۲
۳	قمچقای	۶۸	۲۷۴	۱۰
۴	قشلاق نوروز	۱۲۶	۴۶۱	۱۹
۵	خاندان قلی	۲۵۶	۹۸۰	۳۸
۶	زرده کمر	۵۷	۲۱۸	۹
۷	خورخوره	۲۱۷	۷۵۷	۳۲
۸	سیدان	۲۴۳	۸۴۲	۳۶
۹	بیانلو	۱۴۹	۵۳۲	۲۲
۱۰	گل‌تپه طغامین	۵۹	۱۹۸	۹
۱۱	نجف‌آباد	۱۴۵	۵۵۷	۲۲
۱۲	خوش مقام	۱۱۹	۴۳۶	۱۸
۱۳	جمع	۱۶۳۳	۵۹۲۳	۲۴۴

منبع: مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵ و یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷



شکل(۱). نقشه موقعیت شهرستان بیجار

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1399.20.58.5.0]
[DOI: 10.29252/jgs.20.58.105]

نتایج

یافته‌های توصیفی

بررسی ویژگی‌های فردی بین سرپرستان خانوار روستایی روستاهای نمونه تحقیق حاکی از آن است که از کل نمونه‌ها، گروه‌های سنی ۳۹-۳۰ ساله بیشترین درصد پاسخگو را به خود اختصاص داده‌اند که شامل ۴۱ در صد می‌شود. ازنظر تحصیلات بالاترین در صد پاسخگویان دارای مدرک سیکل با درصد ۳۹/۸ بوده است... همچنین ازلحاظ جنسیت ۶۱/۹ درصد را مردان و ۳۸/۱ درصد را زنان تشکیل داده‌اند و ازنظر تأهل ۶۶/۸ پاسخگویان متأهل بوده‌اند. اطلاعات کامل در جدول(۴) آورده شده است.

جدول(۴). توصیف فراوانی جمعیت موردمطالعه

مشخصات پاسخ‌دهنده	بیشترین پاسخگو	درصد فراوانی
سن	۳۹-۳۰	۴۱
تحصیلات	سیکل	۳۹/۸
جنس	مرد	۶۱/۹
تأهل	متأهل	۶۶/۸

تحلیل نگرش خانوارها به چالش‌های کارآفرینی کسب‌وکارهای کوچک

یافته‌های توصیفی در خصوص میزان چالش‌های کارآفرینی کسب‌وکارهای کوچک میان خانوارهای روستاهای شهرستان بیجار نشان می‌دهند که میزان شاخص کمبود تسهیلات مناسب و کمبود تقاضا با میانگین‌های به ترتیب ۳/۲۲ و ۳/۱۹ در سطح بالایی قرار دارند، میزان شاخص عدم وجود امکانات مناسب و فقدان قوانین و مقررات مناسب با میانگین ۳/۰۷ در سطح پایین‌تری از دو شاخص دیگر قرارگرفته است. همچنین پایین‌ترین میانگین مربوط به شاخص عدم فرهنگ‌سازی مناسب با میزان ۲/۰۴ می‌باشد که نشانگر وجود فرهنگ مناسب کارآفرینی در این منطقه می‌باشد جدول(۵).

جدول(۵). بررسی چالش‌های کارآفرینی کسب‌وکارهای کوچک از دیدگاه پاسخگویان

ابعاد	شاخص	علامت اختصاری	میانگین	واریانس	انحراف معیار
اقتصادی	کمبود تسهیلات مناسب	X1	۳/۲۲	۰/۳۶۹	۰/۶۰
	عدم وجود امکانات مناسب	X2	۳/۰۷	۰/۵۶۴	۰/۷۵
	کمبود تقاضا	X3	۳/۱۹	۰/۴۲۱	۰/۶۴
فردی	عدم روحیه کارآفرینی	X4	۲/۵۸	۰/۲۹۷	۰/۵۴
	عدم مسئولیت‌پذیری	X5	۲/۲۸	۰/۳۳۸	۰/۵۸
	عدم نوآوری	X6	۲/۵۳	۰/۳۲۳	۰/۵۶
	عدم نگرش مثبت	X7	۲/۵۴	۰/۴۶۷	۰/۶۸
	عدم تحمل ابهام	X8	۲/۷۲	۰/۵۲۲	۰/۷۲
	عدم تمایلات فردی	X9	۲/۴۹	۰/۳۷۳	۰/۶۱
نهادی	سازمان‌ها	X10	۲/۹۷	۰/۴۶۸	۰/۶۸
	فقدان قوانین و مقررات مناسب	X11	۳/۰۷	۰/۷۸۱	۰/۸۸
اجتماعی-	سطح پایین دانش و آگاهی	X12	۲/۷۱	۰/۵۲۱	۰/۷۲

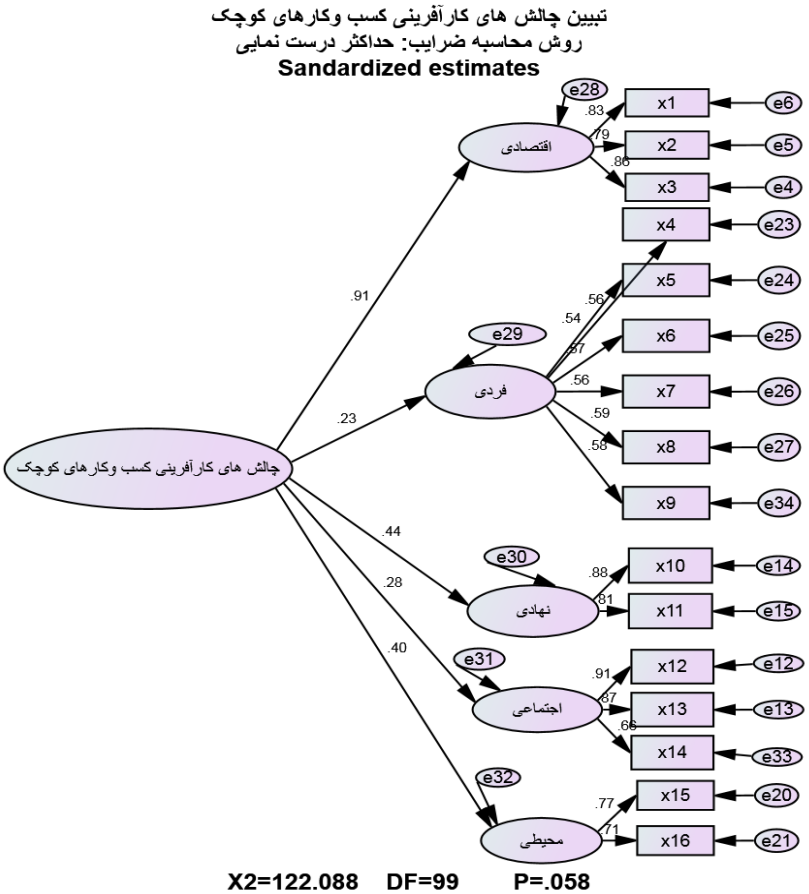
[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1399.20.58.5.0]
[DOI: 10.29252/jgs.20.58.105]

فرهنگی	مشارکت پایین	X13	۲/۷۷	۰/۴۴۳	۰/۶۶
	عدم فرهنگ‌سازی مناسب	X14	۲/۰۴	۰/۵۷۵	۰/۷۵
محیطی	عدم زیرساخت‌های کافی	X15	۲/۱۴	۰/۶۸۵	۰/۸۲
	کاستی‌های نظام حمل‌ونقل	X16	۲/۲۰	۰/۹۹۸	۰/۹۹

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷

یافته‌های تحلیلی

برای تبیین چالش‌های کارآفرینی کسب‌وکارهای کوچک در روستاهای شهرستان بیجار به تحلیل عاملی پرداخته شد. در این راستا بر اساس مدل نظری تحقیق ۵۱ متغیر آشکار (شاخص) در قالب ۵ متغیر شامل چالش‌های اقتصادی، چالش‌های فردی، چالش‌های اجتماعی- فرهنگی، چالش‌های نهادی، چالش‌های محیطی در نظر گرفته‌شده‌اند که متغیرهای پنهان هم به‌نوبه خود تحت تأثیر یک عامل پنهان دیگر (چالش‌های کارآفرینی کسب‌وکارهای کوچک روستایی) قرار دارند.



شکل(۲). تحلیل عاملی

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1399.20.58.5.0]
[DOI: 10.29252/jgs.20.58.105]

نتایج حاصل از تحلیل عاملی در شکل(۲) نشان می‌دهد، مقدار کای اسکویر (x2) برای برازش مدل ۱۲۲/۰۸۸ با درجه آزادی ۹۹ به‌دست‌آمده است. علاوه بر آن با توجه به اینکه مقدار آماره RMSEA برابر با ۰/۰۳۱ می‌باشد حاکی از برازش خوب در مدل موردنظر است. با توجه به اینِ مدل به‌دست‌آمده دارای روایی سازه و پایایی لازم بود، ازاین‌رو به آزمون برازش مدل و بررسی شاخص‌های برازش مدل پرداخته‌شده است.

جدول(۶). نتایج میزان انطباق مدل اندازه‌گیری با شاخص‌های برازش

شاخص برازش	معیار پیشنهادشده	نتایج در پژوهش
کای اسکویر \درجه آزادی	کمتر از ۰/۳	۱/۲۳۳
شاخص برازندگی تطبیقی (CFI)	بزرگ‌تر یا مساوی ۰/۹	۰/۹۸
شاخص برازندگی فزاینده (IFI)	بزرگ‌تر یا مساوی ۰/۹	۰/۹۸
مقدار آماره ریشه میانگین توان دوم خطای تقریب (RMSEA)	کوچک‌تر از ۰/۰۵	۰/۰۳۱

نتایج به‌دست‌آمده در جدول(۶) نشان داده‌شده است. مقدار کای اسکویر درجه آزادی ۱/۲۳۳ می‌باشد و چون شاخص برازندگی تطبیقی و فزاینده مقدارشان بین صفر و یک نوسان است و هرچه نزدیک‌تر باشد برازش مدل قابل‌قبول می‌باشد و همچنین گویه های هریک از سازه‌ها زیر چتر سازه‌های خود قرار می‌گیرند.

کوواریانس یا ضریب همبستگی بین هر متغیر آشکار با متغیر پنهانی که بر آن بارشده است نشان می‌دهد که چند درصد از واریانس یک متغیر آشکار توسط واریانس متغیر پنهان به‌حساب آمده است. همان‌طور که نتایج نشان می‌دهد که از بین چالش‌های اقتصادی عدم دسترسی به تسهیلات (x3) با ضریب همبستگی ۰/۸۶ بیش‌ترین وزن را در متغیر پنهان اقتصادی دارد. تمامی متغیرهای چالش‌های فردی (عدم روحیه کارآفرین، عدم مسئولیت‌پذیری، عدم نوآوری، عدم نگرش مثبت، تحمل ابهام و عدم تمایلات فردی) تا ۰/۵۰ دارای همبستگی باهم هستند. در بین متغیرهای چالش اجتماعی، عدم فرهنگ (x14) دارای کمترین ضریب همبستگی می‌باشد. متغیرهای چالش‌های نهادی (سازمان‌ها و مقررات) تا ۰/۸۱ و ۰/۸۸ باهم ضریب همبستگی بالایی داشته‌اند و درنهایت چالش‌های محیطی (زیرساخت‌ها و حمل‌ونقل) دارای ضریب همبستگی ۰/۷۱ و ۰/۷۷ باهم بوده‌اند؛ و همچنین هر پنج بعد موردبررسی دارای ضریب همبستگی مثبت با چالش‌های کارآفرینی کسب‌وکارهای کوچک می‌باشد که نشان‌دهنده اثرات مستقیم در عوامل ذکرشده با عدم کارآفرینی کسب‌وکارهای کوچک در منطقه مورد مطالعه هستند.

نتیجه‌گیری

هدف هر تحقیقی دستیابی به راه‌حل‌ها و اهدافی است که در راستای بهبود یا توسعه موارد و ابعاد روند تحقیق بررسی می‌شود. پژوهش حاضر، ضمن شناسایی و ارزیابی چالش‌های کارآفرینی کسب‌وکارهای کوچک در نواحی روستایی در شهرستان بیجار، با ارائه پیشنهادهای کاربردی، شرایطی را ترسیم می‌کند که می‌تواند توسعهٔ کارآفرینی کسب‌وکارهای کوچک را در این نواحی رقم بزنند. در این راستا نتایج حاکی از آن است که هر پنج بعد موردبررسی به‌عنوان چالشی در ایجاد توسعه و بهبود کارآفرینی کسب‌وکارهای کوچک در منطقه موردمطالعه بوده‌اند. بیشترین چالش کارآفرینی در منطقه موردمطالعه مربوط به اقتصادی هست که ۹۱ درصد

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1399.20.58.5.0]
[DOI: 10.29252/jgs.20.58.105]

از واریانس متغیر پنهان (چالش‌های کارآفرینی کسب‌وکارهای کوچک) را تبیین می‌کند؛ که این ناشی از عدم دسترسی به تسهیلات بانکی و نبود پس‌انداز و همچنین کمبود درآمد در میان مردم محلی می‌باشد. ضریب همبستگی چالش محیطی نیز بالا بود که ناشی از عدم زیرساخت‌های مناسب با کسب‌وکاراست. چالش‌های نهادی با ضریب همبستگی ۴۴ درصد نشان‌دهنده عدم حضور کارآفرینی و عدم‌حمایت‌های نهادهای مرتبط با کارآفرینی و کسب‌وکارهای کوچک است. چالش‌های فردی با ضریب همبستگی ۲۳ درصد نشان از عدم روحیه کارآفرینی، عدم مسئولیت‌پذیری و عدم نیاز به موفقیت می‌باشد. چالش‌های اجتماعی با ضریب همبستگی ۲۸ درصد نشان‌دهنده عدم مشارکت مردم با همدیگر در ایجاد کسب‌وکار جدید و عدم مشارکت مردم با مسئولیت می‌باشد.

با توجه به نقش روستاها در توسعه اجتماعی و اقتصادی کشورها به‌ویژه کشورهای جهان سوم باید تدابیری در جهت رشد و پیشرفت اقتصادی روستا در نظر گرفته شود. کارآفرینی درزمینه کسب‌وکارهای کوچک می‌تواند برای روستاییانی که حتی اگر فاقد زمین‌های کشاورزی باشند، ایجاد اشتغال نماید و با تنوع در اقتصاد روستاها زمینه رشد و توسعه مناطق روستایی را فراهم آورد. باید توجه داشت در زمینه رفع چالش‌های کارآفرینی تنها رفع یک یا چند عامل نمی‌تواند منجر به موفقیت یک کسب‌وکار گردد. بلکه باید زمینه‌ای فراهم شود تا همه چالش‌ها برطرف شود. لذا برای بهبود و توسعه کارآفرینی کسب‌وکارهای کوچک و رفع چالش‌ها در این زمینه که می‌تواند منجر به توسعه روستاها و همچنین منطقه شود، پیشنهادات زیر ارائه می‌گردد.

با توجه به اینکه بزرگ‌ترین چالش کارآفرینی کسب‌وکارهای کوچک عدم دسترسی به تسهیلات و سرمایه بوده است، به‌منظور غلبه بر این مشکل دو راهکار وجود دارد. راهکار اول ایجاد تسهیلات ارزان و فضای کارآفرینی در منطقه توسط سازمان‌های دولتی جهت ترغیب مردم که می‌تواند به توسعه کارآفرینی کسب‌وکارهای کوچک کمک نماید. راهکار دوم، با توجه به سطح سواد مناسب، سرمایه اجتماعی و میزان مشارکت بالا در منطقه موردمطالعه شکل‌گیری و گسترش صندوق‌های اعتبارات خرد با مدیریت خود روستاییان بر اساس حداقل میزان دارایی می‌تواند مشکلات مطرح‌شده را حل کند.

در جهت رفع چالش‌های فردی ازجمله عدم تجربه و عدم مهارت‌های فنی درزمینه کسب‌وکار، فراهم کردن زمینه مشارکت تسهیلگران و دانشگاهیان همچنین ارائه کمک‌های فنی به کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکارهای کوچک در زمینه آموزش، اخذ اعتبار و توسعه طرح‌های تجاری می‌تواند به رفع چالش‌های فردی کمک نماید.

همچنین در جهت رفع چالش‌های نهادی می‌توان همکاری دهیاری‌ها و شوراهای اسلامی در راستای معرفی اشخاص کارآفرین موفق و دعوت آن‌ها به منطقه و گفتگوی مستقیم با اهالی در راستای رشد منطقه و همچنین معرفی افراد خلاق منطقه موردمطالعه به مؤسسات مالی و آموزشی اشاره نمود. همچنین بهره‌گیری از کارگاه‌های آموزشی به‌منظور اطلاع‌رسانی به وام‌گیرندگان و برنامه رشد کسب‌وکار و نحوه استفاده از این برنامه در جهت توسعه بازارهای محلی.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1399.20.58.5.0]
[DOI: 10.29252/jgs.20.58.105]

منابع

ابراهیمی، محمدصادق؛ خاتون آبادی، سید احمد؛ بنی اسدی، ندا؛ (۱۳۹۳). **مولفه های توسعه کارآفرینی روستایی، مطالعه موردی: شهرستان کرمان**، کارآفرینی و کشاورزی، ۱(۱): ۸۳-۹۲.

حسینی نیا، غلام حسین؛ فلاحی، حسن؛ (۱۳۹۶). **عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی روستایی، مطالعه موردی: روستاهای شهرستان نموجان**، پژوهش های روستایی، ۸(۱): ۲۲-۳۷.

دارایانی، محمود پور،(۱۳۸۷). **کارآفرینی(نظریه ها و دیدگاه ها)**، انتشارات پردیس، ۱۳۸۷.

رکن الدین افتخاری، سجاسی قیداری، (۱۳۸۹). **توسعه روستایی با تاکید برکارآفرینی**،، انتشارات سمت.

شریف زاده، محمد شریف؛ عبدالله زاده، غلامحسین؛ اکبری، مرتضی؛ مبینی دهکردی، علی؛ (۱۳۹۵). **کارآفرینی و پایداری: به سوی کارآفرینی پایدار**، سازمان جهاد دانشگاهی تهران.

شوماخر، ارنست، اف؛ علی رامین، **کوچک زیباست**، انتشارات سروش، چاپ هفتم. تهران.

فراهانی، حسین؛ رسولی نیا، زکیه؛ اصدقی، زهرا؛ (۱۳۹۳)، **عوامل اثر گذار بر رشد کارآفرینی نواحی روستایی مطالعه موردی دهستان جابر انصار**، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی،۳(۳): ۱۶-۱.

قدیری معصوم، مجتبی؛ چراغی، مهدی ؛ کاظمی، نسرین؛ زارع، زهره؛ (۱۳۹۵). **تحلیل موانع کارآفرینی روستایی در نواحی روستایی مطالعه موردی دهستان غنی بیگلو**، فصل نامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۳(۷): ۱۷-۳.

کریمی، سعید؛ (۱۳۹۳). **کارآفرینی روستایی: فرصت‌ها و چالش‌ها**. نشریه کارآفرینی در کشاورزی. ۱(۳): ۱۱۹-۱۰۱.

Markeson, B. and S. Deller, 2012**, Growth of Rural Us Non-Farm Proprietors with a Focus on Amenities**. Review of Urban & Regional Development Studies, **24(3)**: 83-105.

Tomi Heimonen, 2012, **what are the factors that affect innovation in growing SMEs**? European Journal of Innovation Management, **15(1),** 122 – 144.

Dare Kolawole, O.2012, **Probit analysis of factors influencing rural employment promotion in southern Nigeria.** World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development, **8(4)**: 273-285.

Bouraoui, A.O.M.A.F.M.A.2015, **An empirical investigation of factors affecting small business success**. Journal of Management Development, **34(9)**: 1073-1093

Markantoni, M. ET al.2013, **Contributing to a Vibrant Countryside? The Impact of Side Activities on Rural Developmen**t. Tijdschrift voor economische en sociale geografie. **104(3)**: 292-307.

Abebe Ejigu Alemu and Jimi O. Adesina, 2017**, In Search of Rural Entrepreneurship: Non-farm Household Enterprises (NFEs) as Instruments of Rural Transformation in Ethiopia**, African Development Review, **29(2)**: 259–271.

Morrison, Caroline, & Ramsey, Elaine. (2018). **Power to the people: Developing networks through rural community energy schemes.** Journal of Rural Studies.

Anthony Abiodun Eniolaa, Harry Entebanga, 2015. **SME Firm Performance-Financial Innovation and Challenges**. Procedia - Social and Behavioral Sciences. **195**: 334-342.

N.Muruganantham, G.Natarajan, 2015, **Barriers of Entrepreneur in Rural Area, International Journal of Applied Research**, **1(7)**: 621-624.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1399.20.58.5.0]
[DOI: 10.29252/jgs.20.58.105]

McDowell, William C. Peake, Whitney O. Coder, LeAnne, & Harris, Michael L. 2018. **Building small firm performance through intellectual capital development: Exploring innovation as the "black box"**. Journal of Business Research, **88**, 321-327.

Lynn Martin and Tamara McNeill, Izzy Warren-Smith, 2013, **Exploring business growth and eco innovation in rural small firms**, International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, 19(6)** : 592 – 610.

Coda, Roberto, Krakauer, Patrícia Viveiros de Castro, & Berne, Davi de França. 2018**. Are small business owners entrepreneurs? Exploring small business manager behavioral profiles in the São Paulo Metropolitan region**. RAUSP Management Journal**, 53(2**), 152-163.

Sorin-George Tomaa, A.M.G.2013, Paul Marinescua, **International Conference 'Economic Scientific Research - Theoretical, Empirical and Practical Approaches', ESPERA Economic development and entrepreneurship. Procedia Economics and Finance**, 8: Procedia Economics and Finance.

Tülüce, N.S. and A.K. Yurtkur, 2015, **Term of Strategic Entrepreneurship and Schumpeter's Creative Destruction Theory**. Procedia - Social and Behavioral Sciences, **207**: 720-728.

Teixeira, M.L.P.a.A.A.C. **Twenty Years of Rural Entrepreneurship**, (2016). A Bibliometric Survey ،**56**: 12-22.

Dubois, Alexandre. (2016**). Transnationalising entrepreneurship in a peripheral region – The translocal embeddedness paradigm**. Journal of Rural Studies, **46**: 1-11.

Stevanovića, M. 2016, **The Role of Financial Perspective of Entrepreneurship and Rural Development for the Purpose of Strengthening Serbian Economy**. International Symposium in Management, **221**: 254-261.

Tanvig, S.K.S.M.H.W.2015, **Rural entrepreneurship or entrepreneurship in the rural – between place and space .**International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, **21 (1):** 5-26.

Masoumeh Taghibeygi,Leyla Sharafi, Bahman Khosravipour, 2015, **Identifying factors influencing the development of rural entrepreneurship from the perspective of farmers of West Islamabad country.** Research Journal of Fisheries and Hydrobiology, **10 (10):** 161-168.

Bosworth, G. and R. Turner,2018. **Interrogating the meaning of a rural business through a rural capitals framework**. Journal of Rural Studies. **60**: 1-10.

Ní Fhlatharta, Aoife M. & Farrell, Maura. (2017). **Unravelling the strands of 'patriarchy' in rural innovation: A study of female innovators and their contribution to rural Connemara**. Journal of Rural Studies, **54**, 15-27.

Webster, Natasha A. (2017**). Rural-to-rural translocal practices: Thai women entrepreneurs in the Swedish countryside**. Journal of Rural Studies, 56, 219-228.

Templin, E. et al.2017, **The silver tsunami and rural small business retention: What can communities do?** Community Development, **48**(2): 1-17.

Steiner, Artur, & Atterton, Jane. 2015. **Exploring the contribution of rural enterprises to local resilience**. Journal of Rural Studies, **40**, 30-45.

smith, G.B.G.M.R. 2015, **Rural enterprise in Mexico: a case of necessity diversification**. Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global, **9(4):** 327-343

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1399.20.58.5.0]
[DOI: 10.29252/jgs.20.58.105]

Leonidas A. Zampetakis George Kanelakis, 2012, **Opportunity entrepreneurship in the rural sector: evidence from Greece**, Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship, **12(2):** 122 – 142.
Powe, Neil A. (2018). **Non-amenity business growth and small town revival**. Journal of Rural Studies, **62**, 125-133.
Terry L. Besser a,,Nancy J. Miller. (2013). Social capital, local businesses, and amenities in U.S. rural prairie Communitiesq, **32**, 186 -195.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1399.20.58.5.0]
[DOI: 10.29252/jgs.20.58.105]