فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال یازدهم، شماره چهارم (پیاپی ۴۲)، زمستان ۱۴۰۱
شاپای چاپی ۲۱۳۱-۲۳۲۲ شاپای الکترونیکی ۴۷۶X- ۲۵۸۸
http://serd.khu.ac.ir
مقاله پژوهشی صفحات ۱۵۰-۱۳۱ DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.6.5

تبیین جامعه‌شناختی کارآفرینی و عوامل مؤثر بر آن (مورد مطالعه: روستاهای بخش بهار همدان)

شمسی عابری‌منصور؛ دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
میثم موسایی*؛ استاد گروه برنامه‌ریزی و توسعه اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
عادل عبداللهی؛ دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، گروه اقتصاد جمعیت و سرمایه انسانی مؤسسه مطالعات و مدیریت جامع و تخصصی جمعیت کشور، تهران، ایران.

دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۰۲/۲۳ پذیرش نهایی: ۱۴۰۱/۰۷/۲۵

چکیده

کارآفرینی به‌عنوان یک مداخله توسعه استراتژیک در نظر گرفته می‌شود که می‌تواند در سرعت‌بخشیدن به توسعه نقش مهمی را ایفا نماید. در همین راستا کارآفرینی روستایی که یک مفهوم پویا بوده به‌طورکلی به‌عنوان «کارآفرینی در سطح روستا که می‌تواند در زمینه‌های مختلف از جمله تجارت، صنعت، کشاورزی رخ دهد و به‌عنوان یک عامل قوی برای توسعه اقتصادی عمل کند» تعریف می‌شود. هدف از انجام این تحقیق زمینه‌سازی جهت گسترش کارآفرینی و تبیین جامعه‌شناختی از عوامل مؤثر بر این امر است. برای دستیابی به این هدف از نظریه ساخت‌یابی گیدنز بهره گرفته شد. بر اساس این نظریه ظهور فرصت‌ها یا خطرات درون فضا از دریچه نظری ساختار و علم پیچیده مورد بررسی قرار می‌گیرد و به طور خاص، برخورد و ملاقات فرصت‌ها با کارآفرینان از این منظر موردبحث قرار می‌دهد. برانگیختگی انرژی کارآفرینی از پیوند افراد و فرصت‌ها سرچشمه می‌گیرد. از این رو بررسی این موضوع در بخش بهار همدان با توجه به ظرفیت‌های موجود در منطقه امری ضروری است. بنابراین در پژوهش کاربردی و توصیفی- تحلیلی حاضر از روش پیمایش بهره گرفته شد و ابزار گردآوری داده‌ها نیز پرسش‌نامه محقق ساخته است. جامعه آماری این پژوهش را ساکنین روستاهای بخش بهار همدان تشکیل می‌دهند که ازاین‌بین تعداد ۴۵۰ خانوار به‌عنوان حجم نمونه از طریق نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای جهت مصاحبه انتخاب شدند. نتایج این تحقیق بیانگر آن بود که زمینه‌های توسعه کارآفرینی در روستاهای این بخش بالا بوده و این روستاها پتانسیل لازم جهت توسعه کارآفرینی را دارند. نتایج این پژوهش بیانگر آن بود که بین امنیت اقتصادی، امنیت اجتماعی، اعتماد اجتماعی و امید به آینده با کارآفرینی رابطه مستقیم و مثبت وجود دارد. همچنین از دیگر نتایج این تحقیق می‌توان به تبیین ۰/۲۱۵ متغیرهای مذکور بر کارآفرینی اشاره کرد.

واژگان کلیدی: کارآفرینی روستایی، سکونتگاه‌های روستایی، توسعه اقتصادی، همدان.

* mousaaei@ut.ac.ir

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.6.5]

۱) مقدمه

به طور کلی واژه‌ی کارآفرینی از کلمه فرانسوی Entreprendre به معنـای "متعهـد شدن" نشأت گرفته است. طبق واژه‌نامه‌ی دانشگاهی وبستر، کارآفرین کسی است کـه متعهد می‌شود مخاطرات یـک فعالیـت اقتـصادی را سـازماندهـی، اداره و تقبـل کنـد(احمدپور، ۱۳۷۸ : ۴). از نظر پیتر دراکر، کارآفرین کسی است کـه فعالیـت اقتـصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می‌کند (سعیدی کیا، ۱۷-۱۶: ۱۳۸۲)

کارآفرینی به عنوان پدیده‌ای نوین در اقتصاد، نقش موثری را در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها ایفا می‌کند. امروزه کارآفرینی در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار، دارای نقش کلیدی است، به عبارت دیگر در یک اقتصاد پویا، ایده‌ها، محصولات و خدمات همواره در حال تغییر می‌باشند و در این میان کارآفرین است که الگویی برای مقابله و سازگاری با شرایط جدید را به ارمغان می‌آورد. بنابراین در یک گستره وسیع و در یک تعامل چند سویه، کارآفرینی نقش تعیین کننده‌ای را در زندگی نوین بشر ایفا می-کند(ناهید، ۱۳۸۸: ۱). هم‌چنین کارآفرینی نقش بسزایی در توسعه ایفا می‌کند و این امر در توسعه روستایی به مراتب پررنگ‌تر است.

در عصر کنونی، توسعه روستایی جایگاه ویژه‌ای در تداوم حیات اقتصادی ملت‌ها دارد و به‌ویژه در کشورهای غیرصنعتی، محور برنامه‌های توسعه اقتصاد ملی به شمار می‌رود. امروزه تردیدی وجود ندارد که توسعه روستایی به‌عنوان یکی از اولویت‌ها و البته چالش‌های مهم برنامه‌های کلان توسعه به‌ویژه در کشورهای غیرصنعتی دنیا، به چیزی فراتر از یک استراتژی ساده نیازمند است، چنان‌که دستیابی به آن تنها در صورت برنامه‌ریزی دقیق نظام‌مند و از طریق عملکرد شایسته یک نظام کارآمد و کثرت‌گرا امکان‌پذیر خواهد بود.

توسعه مناطق روستایی بیش از هر زمان دیگری با کارآفرینی پیوند خورده است. در حال حاضر کارآفرینی به‌عنوان یک مداخله توسعه استراتژیک در نظر گرفته می‌شود که می‌تواند در سرعت‌بخشیدن به توسعه نقش مهمی را ایفا نماید. کارآفرینی روستایی که یک مفهوم پویا بوده به‌طورکلی به‌عنوان «کارآفرینی در سطح روستا که می‌تواند در زمینه‌های مختلف از جمله تجارت، صنعت، کشاورزی رخ دهد و به‌عنوان یک عامل قوی برای توسعه اقتصادی عمل کند» تعریف می‌شود(داس، ۲۰۱۴: ۱). مشکلات کمبود درآمد روستاییان و به دنبال آن عواقب و پیامدهای اجتماعی، فرهنگی و سیاسی ناشی از آن را نمی‌توان تنها با انتقال دانش فنی و فناوری‌ها و نیز انتقال سرمایه‌های مادی به مناطق روستایی، حل شده پنداشت، بلکه عنصر مهم‌تری که بایستی موردتوجه سیاست‌گذاران و کارشناسان توسعه روستایی قرار گیرد، تأکید بر توسعه کسب‌وکارهای کوچک روستایی به‌ویژه کسب‌وکارهای خانگی و فراهم‌ساختن بسترهای ضروری برای رشد و توسعه آنها است(شجاعی فرد، ۱۳۹۸: ۳).

در سال‌های اخیر یکی از مشکلات اساسی کشور ما، عقـب ماندگی روستاها و مهاجرت روستاییان به نواحی شهری که عامل اصلی آن مسائل اقتصـادی، بـه خصـوص دسترسی به اشتغال بوده است، که مشکلات بسیار زیادی مانند حاشـیه‌نشـینی، کـاهش کیفیـت زنـدگی، کمبود اشتغال، افزایش جرم و

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.6.5]

جنایت در شهرها به همراه داشته است. هدف اصلی از اجـرای برنامـه‌هـای مختلف در نواحی روستایی، رسیدن به توسعه روستایی است و یکی از اهـداف کـلان توسـعه نیـز کـاهش بیکاری، ایجاد و افزایش فرصت‌های شغلی است. بیکاری و کمبود فرصت‌های شغلی، نتیجه نـابرابری بـین عرضه و تقاضای نیروی کار و یا بازار کار در روستاها می‌باشد. از سوی دیگر، کاهش رشد بخش کشـاورزی در نواحی روستایی و نیز کاهش شاغلان (کـاهش ۲۳/۴ درصـدی) (رضوانی، ۱۳۸۳ : ۲۲) ایـن واقعیـت را نشان می‌دهد که در آینده، توسعه کشاورزی به تنهایی نمی‌تواند رشـد اقتصـادی را در روسـتاهای کشـور تضمین کرده و فقر را ریشه‌کن سازد و توجه به سایر بخش‌ها نیز در کنار بخش کشاورزی ضروری به نظـر می‌رسد(قاسمی-سیانی، ۱۳۸۸: ۳).

فضایی که کارآفرینان در آن وجود دارند مملو از ریسک‌ها، فرصت‌ها و سایر منابع محیطی است. محققان استدلال کرده‌اند که کارآفرینان دائماً در حال کشف و شناسایی پتانسیل‌های ارزشی هستند، زیرا ارزش‌های قابل‌توجهی از وجود عوامل خارجی مثبت ناشی می‌شوند که می‌توان آنها را تصرف و بهره‌برداری کرد. موقعیت‌ها یا فرصت‌های مثبت می‌توانند سود قابل‌توجه و مطلوبی ایجاد کنند، درصورتی‌که بتوان از آن‌ها بهره‌برداری و درآمدزایی کرد. این اثرات خارجی به منابع طبیعی محیطی در فضایی که کارآفرینان در آن فعالیت می‌کنند اشاره دارد(لئونگ، ۲۰۲۱: ۱).

کارآفرینی در مناطق روستایی تنوع و گستردگی زیادی دارد و به دلیل تسلط بخش کشاورزی در اغلب مناطق روستایی، تأکید عمده بر کارآفرینی کشاورزی است؛ زیرا کارآفرینی روستایی، قابلیتی برای کمک به تنوع‌بخشی درآمد و میزان تولیدات کشاورزی و غیرکشاورزی روستا محسوب می‌شود و فرصت-های مناسبی را برای کاهش خطر معیشتی و افزایش امنیت غذایی پایدار در مناطق روستایی فراهم می-کند. کارآفرینی در مناطق روستایی می‌تواند نظمی نو برای کار در مناطق روستایی ایجاد کند که از چندین جنبه اهمیت دارد: اول آنکه معقولانه است، یعنی افراد و گروه‌های کاری در محیط روستا توانایی کنترل بیشتری بر کار خود خواهند داشت و برای استفاده از آنان در جهت رفع نیازهای خود از جمله نیاز به رشد و توسعه سالم فرصت‌های بیشتری به دست خواهند آورند. دوم آنکه انسانی‌تر است، یعنی کار افراد و گروه‌ها نه‌تنها در زمینه اموری که با اهداف آنان بیگانه است، مورداستفاده قرار نمی‌گیرد، بلکه موجب استثمار و زیان دیگران نیز نخواهد شد. سوم آنکه با محیط‌زیست سازگارتر است، با این ترتیب کار با محیط طبیعی و زیست انسانی هماهنگ خواهد بود و طبیعت را تخریب نخواهد کرد(نجفی‌کانی و همکاران، ۱۳۹۴: ۵).

بخش بهار همدان که دارای ۶۹ روستا است و محصولات کشاورزی و صنایع‌دستی متنوعی را تولید می‌کند، اما روستاییان این بخش نتوانسته‌اند در زمینه کارآفرینی اقدامات مؤثری را انجام دهند. از خصوصیات مهم و بارز این منطقه قرارگیری در جایگاه استراتژیک جاده کربلا است که این امر می‌تواند در توسعه کارآفرینی در بخش بسیار حائز اهمیت باشد؛ اما حتی این عامل نتوانسته در گرایش به کارآفرینی منطقه مؤثر واقع شود. بی‌شک گرایش به کارآفرینی نیازمند یک‌سری شرایط فردی و محیطی (امنیت اجتماعی، امنیت اقتصادی، سرمایه اجتماعی، امید به آینده) است. این تحقیق باهدف تبیین

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.6.5]

جامعه‌شناختی کارآفرینی در روستاهای بخش بهار همدان به نگارش درآمده و از اهداف جزئی آن می‌توان به عوامل فردی و محیطی مؤثر بر کارآفرینی در این بخش اشاره کرد. این تحقیق به دنبال پاسخگویی بدین سؤال است که محیط اجتماعی اقتصادی (امنیت اجتماعی، امنیت اقتصادی، اعتماد اجتماعی و امید به آینده) چه تأثیری بر کارآفرینی در روستاهای بخش بهار همدان دارند؟

۲) مبانی نظری

در ادبیات اقتصادی دیدگاه‌ها و نظریات مختلفی در خصوص کارآفرینی وجود دارد. طبق تعریف جوزف شومپیتر، کارآفرین فرایند تخریب خلاق یا بی‌ثباتی را آغاز می‌کند و از این راه پیشرفت اقتصادی را امکان‌پذیر می‌سازد. کارآفرین بعنوان قسمتی از جریان پویا و اساسی سرمایه‌داری، به طور دائم تغییرات اساسی را در داخل بازار ایجاد می‌کند. کارآفرینان نه تنها محصولات یا سیستم‌های جدیدی را ایجاد می‌کنند بلکه، آنها می‌توانند تقاضاهای جدیدی را نیز ایجاد نمایند. برخلاف سیستم سرمایه‌داری که بر رقابت قیمتی تمرکز می‌کند، شومپیتر بر رقابت ایجاد شده بوسیله فناوری یا تجهیزات جدید تمرکز می‌کند(زیوری و همکاران، ۱۳۹۸: ۴). در همین راستا کرزنر نظریه کارآفرینی خود را مشتمل بر سه مفهوم ارائه نمود. مفهوم اول، هوشیاری افراد در به دست آوردن سود خالص است. این فرآیند کارآفرینانه نیرویی است که فرآیند بازار را ایجاد و خط‌مشی آن را تعیین می‌کند. دومین مفهوم این است که کارآفرین با استفاده از مفهوم نیروی تعادل سازه به موجب بازارهای واسطه، سازگاری یا همسازی بیش‌تری را در برنامه‌ها به وجود می‌آورد. سومین مفهوم این است که کرزنر می‌پنداشت که مالکیت منابع فیزیکی کاملاً متمایز از فرآیند کارآفرینانه است. او زمان و عدم قطعیت را از نظریه اولیه خود خارج کرد.

کرزنر نظریه اولیه کارآفرینی خود را در پاسخ به این انتقاد که زمان و عدم قطعیت، نتایج مهم در تصمیم‌گیری انسان هستند اصلاح کرد. برای مثال، یک نظریه که عدم قطعیت را نادیده می‌گیرد نمی‌تواند زیان‌های کارآفرینانه را توضیح دهد، بلکه صرفاً سودهای کارآفرینانه را تبیین می‌کند.

نظریه اصلاح شده کرزنر شامل واسطه‌گری و سوداگری است. او کارآفرینی را این‌گونه تشریح می‌کند: کارآفرینی یعنی ایجاد سازگاری و هماهنگی متقابل بیش‌تر در عملیات بازار.

کرزنر همچنین به این باور بود که مردم اغلب از فرصت‌هایی که پیش روی آن‌ها است غافل می‌باشند و مشکل اصلی اقتصاد هر جامعه‌ای ناشی از عدم درک فرصت‌ها است. کرزنر به این باور است که کارآفرینان در اغلب مواقع مالک منابع هم خواهند بود. کارآفرینی عبارتند از فرصت‌های سودآور و کشف نشده.

با بررسی تعاریف گوناگون کارآفرینی، می‌توان آنها را در چهار رویکرد تقسیم‌بندی کرد: ۱. برخی محققان مشاغلی که سرمایه بالا و رشد زیادی دارند را موضوع بررسی کارآفرینی قرار می‌دهند تا از مشاغل سنتی با رشد پایین مجزا شوند. ۲. بر اساس نظریه شومپیتر و برخی پژوهشگران، کارآفرینی به‌عنوان فعالیتی نوآور تلقی می‌شود که منجر به تولید جدید، روش جدید و بازار جدید می‌شود. ۳. بر اساس تعریف کرنر و برخی محققان، تشخیص فرصت مفهوم اساسی کارآفرینی و فعالیت کارآفرینی است.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.6.5]

بر اساس این تعریف، افرادی که توانایی شناخت و کشف فرصت را نسبت به سایرین دارند، کارآفرین هستند. این تعریف در میان محققان اقتصادی، پذیرفته‌شده‌تر از سایر تعاریف است. ۴. پژوهشگران دیگری از این موضوع بحث می‌کنند که کارآفرین در نهایت می‌خواهد کاری انجام دهد که بی شک ایجاد سازمان جدیدی است. آلدریچ معتقد است رویکرد چهارم بیش از همه به جامعه‌شناسی نزدیک است.

نظریات مختلفی در زمینه کارآفرینی وجود دارد؛ اما مهم‌ترین نظریه در زمینه جامعه‌شناسی کارآفرینی که می‌توان از آن بهره گرفت، نظریه ساخت‌یابی گیدنز است. ساراسون و همکارانش با استفاده از نظریه ساخت‌یابی گیدنز به توصیف رابطه میان کارآفرینی و فرصت پرداختند. آن‌ها تعامل میان کارآفرین و فرصت را به‌صورت همسازی تصور کردند که تکامل یابنده است و وابستگی کارآفرین/فرصت را به بهترین شکل توصیف نمودند. در اندیشه آنها کارآفرین و فرصت، موجودیت مستقل از هم نیستند. (رضایی و همکاران، ۱۳۹۲: ۵)

بر اساس این نظریه ظهور فرصت‌ها یا خطرات درون فضا از دریچه نظری ساختار و علم پیچیده مورد بررسی قرار می‌گیرد و به طور خاص، برخورد و ملاقات فرصت‌ها با کارآفرینان در پیوند را از این منظر موردبحث قرار می‌دهد. برانگیختگی انرژی کارآفرینی از پیوند افراد و فرصت‌ها سرچشمه می‌گیرد. نقطه اتصال منحصربه‌فرد در فضا یا پیوندی که در آن کارآفرینان و فرصت‌ها وجود دارند، برای مطالعه کارآفرینی مهم است، زیرا در این مقطع یا پیوند است که شناسایی و ارزیابی ریسک‌ها و فرصت‌ها صورت می‌گیرد. این اقدامات انسانی بعدی است که توسط سطح انرژی کارآفرینی هدایت می‌شود که به مسیرهای مخاطره‌آمیز بی‌شماری منجر می‌شود. برای ریسک‌ها، کارآفرینان آن‌ها را درک می‌کنند و متعاقباً در جهت کاهش یا اجتناب از طریق اقدامات مختلف تلاش خواهند کرد. بهره‌برداری از فرصت‌ها به کسب و به‌کارگیری منابع در فضا برای دستیابی به مزایای معین مربوط می‌شود. به همین ترتیب، با ریسک‌ها، کارآفرینان ریسک‌ها را درک می‌کنند و برای کاهش یا اجتناب از ریسک درک شده در مسیرهای سرمایه‌گذاری تلاش می‌کنند. از این منظر کارآفرینی از دریچه ساختار و علم پیچیدگی مورد بررسی قرار می‌گیرد تا سرمایه‌گذاری کارآفرینانه را به‌عنوان نتیجه مصداق تعامل کارآفرین - فرصت در زمان و مکان ارائه کند(Leongo,2021: 1).

پیوند فرصت‌های فردی و کارآفرینی یک فرایند اجتماعی پیچیده است که طیف وسیعی از بازیگران مختلف را در برمی‌گیرد. بسیج نظریه ساختار قوی به محققان این امکان را می‌دهد که دید گسترده‌ای از این فرایند اجتماعی داشته باشند تا تجزیه‌وتحلیل کاملی از ماهیت یک فرصت کارآفرینی ایجاد کنند(Ghamgui & Soparnot, 2021:1).

بر اساس نظریه ساخت‌یابی، فرصت‌ها کشف نمی‌شوند، بلکه با اقدامات کارآفرینان خلق می‌گردند کارآفرینان، با درک تغییرات ساختاری، واکنش نشان می‌دهند و تلاش می‌کنند در جهت هدف‌های خود، تغییراتی در ساختار به وجود آورند. کانون توجه نظریه ساخت‌یابی، پیوند میان کارآفرین و ساختار اقتصادی - اجتماعی است که در آن کارآفرینان توسط زمینه اجتماعی هم محدود و هم توانمند می‌شوند. (نوذری، ۱۳۹۶) براساس همین نظریه یک نوع تعاملی بین محدودیت‌های ساختاری و اراده و میل کنشگر

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.6.5]

وجود دارد. بر همین اساس کارآفرینان می‌توانند با ابتکاراتی محدودیت‌های ساختاری را به حداقل ممکن برسانند.

باتوجه‌به موارد گفته شده آنچه که زمینه‌های کارآفرینی را هموار می‌کند محیط اجتماعی اقتصادی است و بی شک عوامل اجتماعی - اقتصادی می‌تواند در این زمینه بسیار مؤثر باشد. زمینه‌های اجتماعی مانند سرمایه اجتماعی، امنیت اجتماعی، امنیت اقتصادی و ... می‌تواند زمینه‌ساز رشد کارآفرینی در روستا باشد و در همین راستا نقش اساسی در توسعه روستایی به همراه داشته باشد.

نوابخش و زارع‌هرفته (۱۳۸۹) در مقاله‌ای به بررسی عوامل فرهنگی - اجتماعی مؤثر بر فرهنگ کارآفرینی (مطالعه موردی زنان کارآفرین تهران و حومه) پرداخته‌اند. هدف از انجام این پژوهش بررسی عوامل فرهنگی - اجتماعی مؤثر بر فرهنگ کارآفرینی زنان است. نمونه پژوهش شامل ۱۵۰ نفر از زنان کارآفرینی تهران و کرج است که به‌صورت سرشماری انتخاب شدند. در این تحقیق از روش پیمایش و اسنادی استفاده شده و جمع‌آوری اطلاعات از طریق ابزارهای فیش‌برداری و پرسش‌نامه انجام‌گرفته است که اطلاعات مربوطه از واحدهای تولیدی و صنعتی و خدماتی که زنان کارآفرین تأسیس نموده بودند با بهره‌گیری از پرسش‌نامه کتبی و با روش نمونه‌گیری سیستماتیک جمع‌آوری گردیده است. تجزیه‌وتحلیل اطلاعات در چهار بخش توصیفی، آزمون فرضیات، تحلیل همبستگی و تحلیل رگرسیون چندمتغیره انجام‌گرفته شده است. در این پژوهش برای آزمون فرضیات از شاخص آماری کای اسکور استفاده شده است که فرضیات مطرح شده مورد تأیید گرفته‌اند، به بیان دیگر عوامل محیطی میان عوامل فردی (انگیزه‌ها و اهداف، سرمایه انسانی) عوامل محیطی (عوامل فرهنگی ـ اجتماعی، اقتصادی) و عوامل شبکه‌ای (شبکه اولیه) با شاخصه‌ای توسعه کارآفرینی رابطه وجود دارد. همچنین تحلیل رگرسیون شاخص‌های توسعه کارآفرینی با متغیرهای مستقل مبین این واقعیت است که از میان متغیرهای مستقل پژوهش به ترتیب متغیرهای عوامل فردی - شخصیتی و عوامل شبکه‌ای و عوامل فرهنگی وارد معادله شده‌اند که عوامل محیطی از اهمیت بالایی برخوردار است.

هاشمی و همکاران(۱۳۹۰) به تبیین نقش دهیاری‌ها و شوراهای اسلامی در توسعه کارآفرینی روستایی (مطالعه موردی: بهاباد استان یزد) پرداخته‌اند. این تحقیق از نوع کاربردی و روش انجام آن به‌صورت پیمایشی بوده و در گردآوری اطلاعات تحقیق از روش اسنادی و میدانی استفاده شده و ابزار گردآوری اطلاعات نیز پرسش‌نامه و مصاحبه بوده است. جامعه آماری تحقیق شامل روستاییان، کارآفرینان و مسئولان محلی در دهستان‌های بهاباد بوده که بر اساس فرمول کوکران حجم نمونه ۱۴۳ نفر از روستاییان و تعداد ۴۵ مفر از مسئولان، صاحب‌نظران و کارشناسان و ۳۰ نفر از کارآفرینان انتخاب گردیده است. نتایج حاصل از تحقیق نشانگر آن است که دهیاران و شوراهای اسلامی در زمینه توسعه کارآفرینی روستایی عملکرد نسبتاً موفقی داشته و از نظر مردم فعالیت‌های کارآفرینان، مسئولان محلی، دهیاران و شوراها زمینه‌های لازم را برای توسعه کارآفرینی روستایی، از جمله زیرساخت‌های کارآفرینی، رفتار و نگرش کارآفرینانه، جذب منابع مالی و اقتصادی و عوامل فرهنگی و اجتماعی فراهم کرده و

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.6.5]

عملکرد دهیاران و شوراها در این موارد قابل‌قبول بوده است و منجر به توسعه کارآفرینی روستایی شده است.

یداللهی‌فارسی و رضوی (۱۳۹۱) در مقاله‌ای به بررسی نقش سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی در کارآفرینی جوانان در روستاهای بخش کربال پرداخته‌اند. نویسندگان در این مقاله اشاره کرده‌اند که برای برانگیختن کارآفرینی در روستاها، آگاهی از عوامل مؤثر در موفقیت جوانان کارآفرین ضروری است. همچنین در این مقاله رابطه سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی با شناسایی و بهره‌برداری از فرصت، توسط جوانان روستایی مورد بررسی قرار گرفته است. روش این پژوهش ترکیبی از روش کیفی بر پایهٔ مصاحبه حضوری و روش کمی بر پایهٔ پرسش‌نامه است. تعداد نمونهٔ ۸۵ نفر است. نتایج این پژوهش بیانگر آن است که اندازهٔ شبکهٔ اجتماعی با موفقیت در کارآفرینی، رابطهٔ مثبت و معناداری دارد. مهارت‌های کارآفرین و تجربهٔ وی با موفقیت در کارآفرینی رابطهٔ مثبت و معناداری دارد. ضریب تأثیر تشخیص فرصت بر بهره‌برداری از فرصت ۰/۹۱ و ضریب تأثیر بر بهره‌برداری از فرصت بر ایجاد کسب‌وکار ۰/۳۵ است.

فراهانی و حاجی‌حسینی (۱۳۹۲) در مقاله‌ای به ارزیابی ظرفیت‌های نواحی روستایی جهت توسعه کارآفرینی و توانمندسازی روستاییان مطالعه موردی: روستاهای بخش شال شهرستان بوئین‌زهرا پرداخته‌اند. این مطالعه باهدف ارزیابی ظرفیت‌های نواحی روستایی جهت توسعه کارآفرینی و توانمندسازی روستاییان انجام شد. این پژوهش از نظر ماهیت؛ کاربردی و از نظر روش تحقیق توصیفی - تحلیلی؛ و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها؛ از نوع تحقیقات کتابخانه‌ای و پیمایش میدانی (پرسش‌نامه، مصاحبه و مشاهده مستقیم) قلمداد می‌شود. جامعه آماری تحقیق خانوارهای ۸ روستای بخش شال است که از طریق فرمول کوکران ۱۹۶ خانوار به‌عنوان نمونه برای انجام تحقیق انتخاب شده‌اند. برای تجزیه‌وتحلیل اطلاعات از آمارهای توصیفی (میانگین، انحراف معیار) و آمار استنباطی (ضریب همبستگی، آزمون t تک نمونه‌ای، آزمون فریدمن، آزمون کای دو و تحلیل مسیر) استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد، روستاهای موردمطالعه در هیچ‌کدام از ابعاد فردی، اقتصادی، اجتماعی و زیرساختی دارای ظرفیت‌های لازم جهت توسعه کارآفرینی نیستند؛ و نتایج تحلیل مسیر نشان می‌دهد که زمینه‌های زیرساختی و فردی بیشترین تأثیر را بر کارآفرینی می‌گذارند. با تقویت این زمینه‌ها (فردی و زیرساختی) می‌توان انتظار داشت که کارآفرینی در روستاها افزایش یابد و مشکل بیکاری و مهاجرت حل شود، و در نتیجه درآمد افزایش می‌یابد و باعث توسعه روستا و توانمندی روستاییان می‌شود.

شهرکی و همکاران (۱۳۹۵) به واکاوی مؤلفه‌های فرهنگی و اجتماعی کارآفرینی روستایی: یک پژوهش کیفی پرداخته‌اند. پارادایم اصلی جامعه‌شناختی که در این پژوهش کیفی از آن استفاده شده، ماتریس تحلیلی باررل و مورگان در علوم اجتماعی است. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی بوده و در آن از تحلیل محتوای متون مصاحبه به‌عنوان روش استفاده شده است. بر اساس مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۲۰ کارآفرین روستایی و کارشناس حوزه کارآفرینی و توسعه روستایی - که به‌صورت هدفمند انتخاب شدند - و تحلیل متون مصاحبه با استفاده از نرم‌افزار ATLAS.ti ، بستر اجتماعی و فرهنگی کارآفرینی

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.6.5]

روستایی تحلیل شده است. از جمله مهم‌ترین یافته‌های پژوهش می‌توان به این موارد اشاره کرد: الف) گفتمان کارآفرینی روستایی در ایران، دولتی و اقتصادی است؛ ب) گفتمان کارآفرینی روستایی در ایران در حیطه تولیدگرایی در کشاورزی عمل می‌کند؛ ج) گفتمان روزمره واجد پتانسیل بالایی برای تأثیرگذاری بر کارآفرینی روستایی است؛ د) عاملیت کارآفرینان در سطح کارگاه و مواجهه با نهاد دولت، چندان فعال نیست.

لوئیس[1](۱۹۹۶) در مقاله‌ای به بررسی درک کارآفرینی روستایی در روستاهای بنگلادش؛ افراد، زمینه-ها و ساختارها پرداخته است. وی در این مقاله بیان می‌کند که مفهوم کارآفرینی از زمان اوج تئوری مدرنیزاسیون به‌ندرت مورد بررسی قرار گرفته است. فراتر از تأکید بر افراد کلیدی و ویژگی‌های خاص و در عوض با تمرکز بر ایده‌هایی در مورد ساختار و زمینه، می‌توانیم از این مفهوم استفاده کنیم که چگونه مردم به نقش‌های جدید غیرتزکیه‌ای در کشاورزی دسترسی پیدا می‌کنند روستایی بنگلادش فرایندهای تغییر تکنولوژیک تحت خصوصی‌سازی و تعدیل ساختاری فرصت‌های اقتصادی جدیدی را ایجاد کرده است که منجر به ایجاد اشکال جدید شرکت مبتنی بر فناوری در مناطق روستایی شده است. وی معتقد است برای سازمان‌های غیردولتی و سایر آژانس‌های توسعه ممکن است فرصت‌های جدیدی برای حمایت نوآورانه از تلاش‌های سازمانی وجود داشته باشد.

فرها نواز[2](۲۰۰۹) در مقاله‌ای به بررسی عوامل حیاتی توسعه کارآفرینی زنان در روستاهای بنگلادش پرداخته است. هدف این مقاله تحلیل عوامل حیاتی توسعه کارآفرینی زنان در روستاهای بنگلادش است. تجزیه‌وتحلیل بر اساس ایده‌های نظری اخیر است که توسط یافته‌های تحقیقات تجربی پشتیبانی شده است. این مقاله یک چارچوب تحلیلی مبتنی بر نظریه نهادی را به تصویر می‌کشد که بر سه نوع عامل تمرکز دارد: تنظیمی، هنجاری و شناختی. عوامل نظارتی به قوانین و مقررات مختلف دولت اشاره دارد که توسعه کارآفرینی زنان را در روستاهای بنگلادش تسهیل می‌کند. عوامل هنجاری و شناختی شامل هنجارها، قواعد، مقررات و ارزش‌های جامعه است. بر اساس تجزیه‌وتحلیل این عوامل، این مقاله پیامدهای سیاست مهمی را در مورد چگونگی بهبود توسعه کارآفرینی زنان در روستاهای بنگلادش ارائه کرده است.

ویلیامز و فورتانو[3](۲۰۱۴) در مقاله‌ای به بررسی حمایت از کارآفرینی روستایی: مروری بر تحولات مفهومی از تحقیق تا عمل پرداخته‌اند. آنها معتقد هستند که توسعه کارآفرینی به طور فزاینده‌ای به‌عنوان یک جایگزین امیدوارکننده برای توسعه اقتصادی سنتی دیده می‌شود، زیرا پتانسیل شهروندان محلی را برای ایجاد شغل و خدمت به سلیقه‌ها و بازارهای محلی باز می‌کند. بااین‌حال، درحالی‌که بسیاری از ادبیات کارآفرینی به رشد بالا، توسعه با فناوری بالا و ویژگی‌های اشتغال‌زایی آن اختصاص دارد، آیا این لزوماً مسیر خوبی برای مناطق روستایی است که به دنبال ایجاد شغل هستند؟ یا اینکه آیا کارآفرینی روستایی از کارآفرینی به‌عنوان یک‌رشته متمایز است و فرصت‌ها و چالش‌های خاص خود را ارائه می‌دهد؟ این مقاله مروری بر ادبیات کارآفرینی روستایی ارائه می‌کند، و استدلال می‌کند که کارآفرینی روستایی

[1] David Lewis
[2] Faraha Nawaz
[3] Michael William-Patrick Fortunato

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.6.5]

یک حوزه مجزا از تحقیق و عمل کارآفرینی است، با فرصت‌های جایگزین برای توسعه محلی که لزوماً از ادبیات جریان اصلی پیروی نمی‌کند.

الکفر اوی[1] و همکاران (۲۰۲۱) در مقاله‌ای به بررسی زمینه‌سازی کارآفرینی روستایی - دیدگاه ساختاری قوی در آژانس جنسیتی - محلی پرداخته‌اند. این مقاله از نظریه ساختار قوی (SST) استونز (۲۰۰۵) برای زمینه‌سازی کارآفرینی روستایی استفاده می‌کند. از طریق سایه انداختن یک مطالعه موردی منفرد از یک زن کارآفرین از روستاهای سوئد، آژانس جنسیتی - محلی را به‌عنوان عملیاتی‌سازی آژانس فعال در عمل پیشنهاد کرده است. درحالی‌که SST آژانس فعال را به‌عنوان یک ویژگی عامل‌ها قرار می‌دهد، نویسندگان این مقاله نشان بیان می‌کنند که این ویژگی به‌عنوان یک ویژگی است که با عوامل و ساختار درهم‌تنیده است. به طور هم‌زمان فعال و محدود شده، خود آژانس جنسیتی - محلی در درون تعامل روستایی مرتبط با جنسیت و محلی که ساختارهای روستایی را اصلاح، حفظ و به چالش می‌کشد، زمینه‌ای می‌شود. این مقاله با نشان‌دادن عاملیت جنسیتی - محلی به‌عنوان جلوه‌ای از تعامل ویژه روستایی بین زمینه‌ها به‌عنوان محیط (آنجا) و زمینه به‌عنوان ساخته شده (از طریق کارآفرینان) به ادبیات زمینه‌سازی کارآفرینی از طریق یک لنز ساختاری کمک می‌کند. این مفهوم‌سازی، کارآفرینی روزمره را به‌عنوان نمایشی از عاملیت در عمل پیشنهاد می‌کند، بنابراین پایه‌ای برای کاوش کارآفرینی از طریق تأثیر متقابل عامل - ساختار خاص بافت در بافت روستایی و سایرین ایجاد می‌کند.

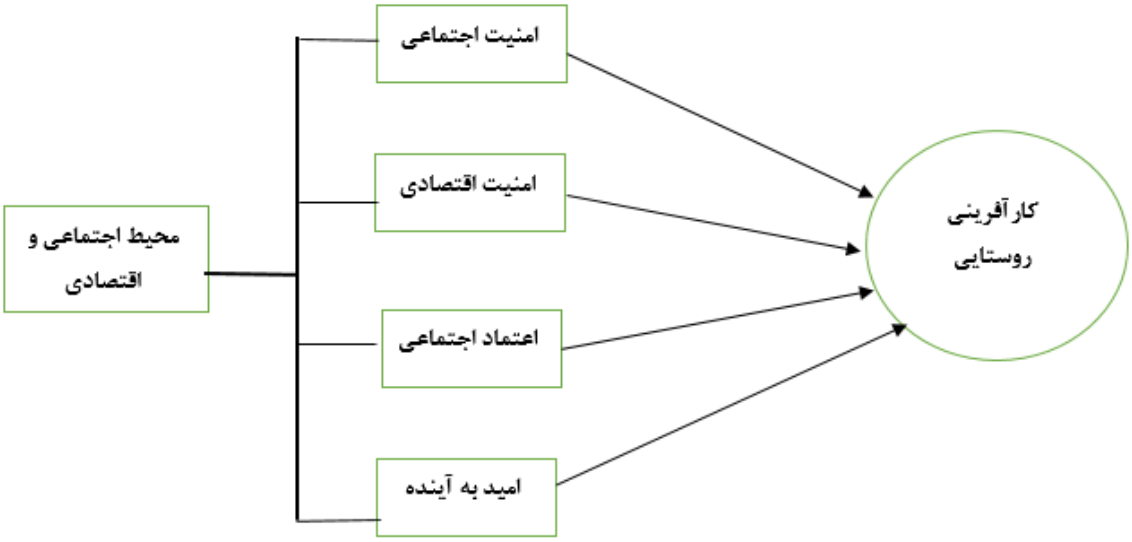
سمریضی تنور[2] و همکاران (۲۰۲۲) در مقاله‌ای به بررسی چالش‌ها و فرصت‌های کارآفرینی روستایی پرداخته‌اند. آنها معتقدند کارآفرینی حوزه‌ای است که در عصر امروز اهمیت یافته است. کارآفرینی جزء کلیدی استراتژی ۲۰۲۰ هند برای رشد پایدار، هوشمند و فراگیر است که ۷۵ درصد از جمعیت ساکن در روستاها همچنان درگیر کشاورزی و فعالیت‌های وابسته هستند. دولت به‌تنهایی نمی‌تواند فرصت‌های شغلی برای روستاییان ایجاد کند؛ بنابراین، مردم برای مشتاق برای کارآفرینی در مناطق روستایی مورد استقبال قرار می‌گیرند به همین دلیل کارآفرینی روستایی ارتقا یافته است. کارآفرینی روستایی نه‌تنها فرصت‌های شغلی ایجاد می‌کند، بلکه مهاجرت جوانان به مناطق شهری را نیز کنترل می‌کند. کارآفرینان روستایی از طریق استفاده کارآمد و مؤثر از منابع ملی، به‌عنوان کاتالیزور توسعه اقتصادی و عوامل دگرگونی و تغییر اجتماعی عمل می‌کنند. اگر فردی مشتاق کارآفرینی باشد، فرصت‌های بسیار زیادی در صنعتی‌سازی روستایی وجود دارد. اگرچه چالش‌هایی مانند خانواده، امور مالی، زیرساخت‌های ضعیف، فرهنگ مراکز خرید وجود دارد مسیر خودانگیختگی کارآفرینی روستایی و احساس موفقیت شخصی می‌تواند هر رؤیایی را به یک امر ممکن تبدیل کند.

بررسی‌های نگارندگان در خصوص پیشینه تحقیق بیانگر آن بود که تحقیقی به طور مشخص به تبیین جامعه‌شناختی کارآفرینی پرداخته باشد وجود نداشت و این امر باتوجه‌به اینکه در روستاهای بخش بهار

[1] Nermin Elkafrawi
[2] Samridhi Tanwar

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.6.5]

همدان مورد بررسی قرار می‌گیرد و در این روستاها تاکنون این موضوع بررسی نگردیده است بدین جهت تحقیق دارای نوآوری است.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

۳) روش تحقیق

پژوهش حاضر براساس هدف، در زمرهٔ پژوهش‌های کاربردی قرار دارد و بر حسب روش‌تحقیق، توصیفی-تحلیلی می‌باشد. بنابراین در پژوهش کاربردی و توصیفی- تحلیلی حاضر از روش پیمایش بهره گرفته شد و ابزار گردآوری داده‌ها نیز پرسش‌نامه محقق ساخته است. کلیه خانوارهای روستاهای بخش بهار همدان جامعه آماری تحقیق را تشکیل می‌دهند. حجم نمونه از طریق فرمول کوکران محاسبه شد که تعداد آن ۳۸۴ خانوار بود به جهت دقت بیشتر تعداد آن به ۴۵۰ خانوار افزایش پیدا کرد. روش نمونه‌گیری نیز به‌صورت نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای بود. جهت انتخاب تصادفی خانوار، نقشه‌های مناطق مذکور تهیه شد در مرحله بعد پرسشگر خانوار موردنظر را به طور تصادفی در نظر گرفته و با اولین کسی که جلوی در منزل حاضر می‌شد به شرط اینکه هجده سال یا بیشتر از هجده سال سن داشته باشد، مصاحبه انجام می‌داد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از نرم‌افزار SPSS استفاده شد. در بخش تحلیل داده‌ها از آزمون آماری ضریب همبستگی پیرسون جهت تبیین علی متغیرها از رگرسیون بهره گرفته شد.

به‌منظور بررسی اعتبار پرسش‌نامه مربوط به متغیرهای پژوهش حاضر از روش اعتبار محتوا استفاده شده است که بر قضاوت و داوری متخصصان استوار است. به همین منظور ابتدا معرف‌هایی که مفاهیم پژوهش را می‌سنجند یا از پژوهش‌های پیشین که زیر نظر اساتید مجرب، استفاده و اجرا شده‌اند، استفاده گردید و یا برای انتخاب بهترین معرف‌ها برای متغیرهای جدید از نظرات محققین و اساتید دیگر استفاده شد. سپس در نهایت، یک‌بار دیگر پرسش‌نامه تدوین شده را به اساتید و متخصصان نشان داده و از نظرات

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.6.5]

آن‌ها برای تصحیح پرسش‌نامه کمک گرفته شد. بدین ترتیب پرسش‌نامه از نوعی اعتبار محتوایی برخوردار است.

برای آزمون پایایی پرسش‌نامه، شیوه‌های متفاوتی وجود دارد. رایج‌ترین و مناسب‌ترین روش برای سنجش پایایی طیف لیکرت، ضریب «آلفای کرونباخ[1]» است. در این پژوهش نیز از این روش برای تعیین پایایی هر متغیر به طور جداگانه استفاده شده است. هرچقدر مقدار این ضریب به ۱+ نزدیک‌تر باشد، نشان‌دهنده هماهنگی درونی بالای آیتم‌ها با معرف‌ها است؛ نقطه برش ضریب آلفای کرونباخ عدد ۰/۷ است. به این معنا که مقدار بالاتر از این عدد نشان‌دهنده هماهنگی درونی بالای آیتم‌ها یا معرف‌ها و مقدار پایین‌تر از این عدد نشان‌دهنده هماهنگی درونی پایین آیتم‌ها یا معرف‌ها است.

جدول ۱. برآورد آلفای کرونباخ جهت سنجش دقت اندازه‌گیری

متغیر	تعداد گویه	مقدار آلفا
کارآفرینی	۸	۸۲
امنیت اقتصادی	۶	۷۲/۸
اعتماد اجتماعی	۵	۷۴/۳
امنیت اجتماعی	۴	۷۶
امید به آینده	۵	۹۰

باتوجه‌به نتایج ضرایب جدول فوق می‌توان بیان کرد متغیرهای تحقیق از پایایی لازم برخوردار هستند.

شهرستان بهار با ۱۳۳۴ کیلومتر مربع وسعت و متوسط ارتفاع ۱۷۳۵ متر از سطح دریا در غرب استان همدان به مرکزیت شهر بهار، یکی از شهرستان‌های نه‌گانه استان همدان و جمعیت این شهرستان در سال ۱۳۹۵ بالغ بر ۱۲۷٬۵۶۱ تن بوده‌است. این شهرستان شامل سه بخش مرکزی، لالجین و صالح‌آباد است.

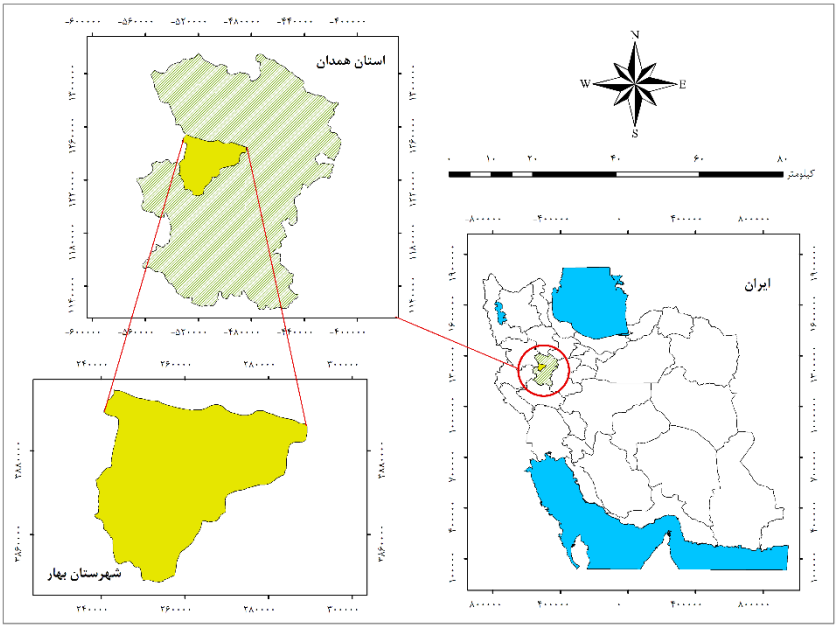
شهرستان بهار از نظر طبیعی دارای آب و هوای معتدل و خشک بوده، رژیم بارندگی آن از تیپ اقلیم مدیترانه‌ای است شهر بهار مرکز شهرستان بهار است (قبل از شهرستان شدن بهار یعنی ۱۳۷۲ بخش سیمینه‌رود به مرکزیت شهر بهار یکی از بخش‌های شهرستان همدان محسوب می‌شد) مرکز این شهرستان یعنی شهر بهار در پانزده کیلومتری شمال غرب شهرهمدان(مرکز استان همدان) واقع است.

این شهرستان که شامل سه بخش ۱- بخش مرکزی به مرکزیت شهر بهار، ۲- بخش لالجین به مرکزیت شهر لالجین و ۳- بخش صالح آباد به مرکزیت شهر صالح آباد است. دهستان‌های این شهرستان عبارت از شش دهستان است ۱- دهستان سیمینه رود به مرکزیت روستای زاغه ۲- دهستان آبرومند به مرکزیت روستای آبرومند از توابع بخش مرکزی بهار، ۳- دهستان سفال گران به مرکزیت روستای دینار آباد ۴ - دهستان مهاجران به مرکزیت روستای حسین‌آباد لتگاه از توابع بخش لالجین ۵- دهستان صالح آباد به مرکزیت روستای بهادربیک ۶- دهستان دیمکاران به مرکزیت روستای حسن قشلاق از توابع بخش صالح آباد تشکیل یافته و مجموعاً دارای ۶۸ روستا می‌باشد. در گذشته نه چندان دور بخش سیمینه رود

[1] Cronbach

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.6.5]

به مرکزیت شهربهار ۳۱۱ آبادی داشت که بعداز جدا کردن بخش گل تپه و دهستان کوهین و تعدادی از روستاها نظیر یکن آباد و ... دارای ۶۸ روستا است.



شکل ۲. نقشه موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه

۴) یافته‌های تحقیق

توصیف داده‌ها؛ نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها در بخش توصیفی نشان داد ۴۶/۲ درصد از پاسخگویان مرد و ۵۳/۸ درصد از پاسخگویان زن هستند. ۱۹/۸ درصد از پاسخگویان مجرد و ۸۰/۲ درصد نیز متأهل بوده‌اند. در خصوص میزان تحصیلات نیز نتایج نشانگر آن بود که ۱۱/۷ درصد از بی‌سواد، ۳۰/۷ درصد از پاسخگویان از سطح تحصیلات ابتدایی برخوردارند، ۳۰/۲ درصد سطح تحصیلاتشان راهنمایی و متوسطه، ۱۱/۲ درصد دارای مدرک دیپلم و ۱۶/۲ درصد نیز دارای تحصیلات دانشگاهی هستند. دامنه سنی پاسخگویان از ۲۰ سال تا ۵۹ سال بوده که ۲۱/۳ درصد از پاسخگویان در گروه سنی ۲۰-۳۰ سال، ۴۰ درصد در گروه سنی ۳۱-۴۰، ۱۹/۲ درصد در گروه سنی ۴۱-۵۰ سال و ۱۹/۵ درصد نیز در گروه سنی بالای ۵۰ سال قرار دارند. در خصوص وضعیت فعالیت نیز نتایج نشان داد که ۶۴/ درصد از پاسخگویان شاغل، ۲۸/۴ درصد دارای درآمد بدون کار و مابقی نیز دارای شغل و درآمد نیستند. هم چنین نتایج در مورد وضعیت شغلی نیز بیانگر آن بود که بیش از ۷۳ درصد از پاسخگویان کارکن مستقل هستند و بخش خصوصی و عمومی هرکدام با بیش از ۷ درصد رتبه‌های بعدی وضعیت شغلی را در بین پاسخگویان دارند(نتایج جدول ۲).

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.6.5]

جدول ۲. یافته‌های توصیفی مربوط به پاسخگویان

متغیرها	گزینه‌ها	فراوانی	درصد معتبر
جنسیت	مرد	۲۰۸	۴۶/۲
	زن	۲۴۲	۵۳/۸
تأهل	متأهل	۳۶۱	۸۹
	مجرد	۸۰/۲	۱۹/۸
تحصیلات	بی سواد	۵۱	۱۱/۷
	ابتدایی	۱۳۴	۳۰/۷
	راهنمایی و متوسطه	۱۳۲	۳۰/۲
	دیپلم	۴۹	۱۱/۲
	دانشگاهی	۷۱	۱۶/۲
سن	۳۰-۲۰	۹۵	۲۱/۳
	۴۰-۳۱	۱۷۹	۴۰
	۵۰-۴۱	۸۶	۱۹/۲
	بالای ۵۰ سال	۸۷	۱۹/۵
فعالیت	شاغل	۲۹۰	۶۴/۴
	درآمد بدون کار	۱۲۷	۲۸/۴
	بدون شغل و درآمد	۳۳	۷/۲
وضعیت شغلی	کارکن مستقل	۲۷۳	۸۰/۵
	کار در بخش خصوصی و عمومی	۵۱	۱۵/۱
	سایر	۱۵	۴/۴

یافته‌های توصیفی در خصوص زمینه‌های کارآفرینی در روستاهای بخش بهار همدان نشان می‌دهد که میانگین نمرات به‌دست‌آمده در دامنه ۱ تا ۵، ۳/۵۵ به‌دست‌آمده که نشان‌دهنده میانگین متوسط روبه‌بالا است به‌عبارت‌دیگر روستاییان بخش بهار همدان تمایل بالایی به ایجاد کسب‌وکارهای جدید و کارآفرینی دارند. همچنین در خصوص موضوع امنیت اجتماعی میانگین نمرات در دامنه ۱ تا ۵، ۳/۷۰ به دست آمد که نشان‌دهنده میانگین بالا است. این امر نشان‌دهنده این است که امنیت اجتماعی در این بخش تقریباً مناسب است. میانگین نمرات امنیت اقتصادی در دامنه ۱ تا ۵، ۳/۵۸ به دست آمد که نشان‌دهنده میانگین تقریباً بالا است. این امر نشان می‌دهد در وضعیت فعلی امنیت اقتصادی در روستا تقریباً بالا است. میانگین نمرات اعتماد در دامنه ۱ تا ۵، ۳/۱۱۲۷ به دست آمد که نشان‌دهنده میانگین بالا است. به‌عبارت‌دیگر روستاییان اعتماد بالایی دارند. این امر بیانگر آن است که روستاییان بخش بهار همدان میزان اعتماد اجتماعی‌شان در بخش مختلف تقریباً بالا است(نتایج جدول ۳).

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.6.5]

جدول ۳. یافته‌های توصیفی مربوط به متغیرهای تحقیق

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد	بیشترین میزان	کمترین میزان
کارآفرینی	۳/۵۵	۰/۶۴۹۵۷	۴/۷۱	۱/۸۶
امنیت اجتماعی	۳/۷۰	۰/۶۳۵۲۶	۵	۱/۷۵
امنیت اقتصادی	۳/۵۸	۰/۸۸۷۲۵	۵	۱/۱۷
اعتماد	۳/۱۱	۰/۷۰۴۵۹	۴/۷۱	۱
امید به آینده	۳/۳۷	۰/۷۳۸۸۹	۵	۱/۲۰

تحلیل رابطه بین امنیت اجتماعی و کارآفرینی

جدول ۴. برآورد همبستگی پیرسون سطح بین امنیت اجتماعی و کارآفرینی

متغیر	آماره	مقدار
امنیت اجتماعی	ضریب پیرسون	**۰/۲۵۸
	سطح معناداری	۰۰۰.
	تعداد	۴۵۰

بر اساس نتایج جدول مذکور ضریب همبستگی امنیت اجتماعی و کارآفرینی ۰/۲۶ است که نشان از رابطه مثبت بین دو متغیر دارد. سطح معنی‌داری آزمون نیز زیر ۰/۰۱ است این بدان معناست که به‌احتمال ۹۹ درصد فرضیه صفر مبنی بر صفر بودن ضریب همبستگی در مبنای جمعیت نمونه‌گیری رد می‌شود. به‌عبارت‌دیگر مقدار ضریب همبستگی مشاهده شده در نمونه در جمعیت نیز وجود دارد. بدین ترتیب هرچقدر امنیت اجتماعی در روستاهای بخش بهار همدان بالاتر باشد کارآفرینی نیز بالاتر خواهد بود.

براساس نظریه گیدنز یک نوع تعاملی بین محدودیت‌های ساختاری و اراده و میل کنشگر وجود دارد. بر همین اساس کارآفرینان می‌توانند با ابتکاراتی محدودیت های ساختاری را به حداقل ممکن برسانند.

بر این اساس می‌توان گفت که امنیت اجتماعی در افراد مختلف خصوصا کارآفرینان می تواند زمینه-های مساعد برای کار و تلاش به وجود آورده، این زمینه‌ها تفکر افراد را هدایت، خلاقیت را تقویت، و قدرت ریسک‌پذیری افراد را بالا می‌برد. از آنجا که روستائیان ریسک‌پذیری پایینی دارند وجود عامل مؤثر امنیت اجتماعی می‌تواند تأثیربسزایی در افزایش ریسک‌پذیری و ترویج کارآفرینی در منطقه را به دنبال داشته باشد.

تحلیل رابطه بین امنیت اقتصادی و کارآفرینی

جدول ۵. برآورد همبستگی پیرسون بین امنیت اقتصادی و کارآفرینی

متغیر	آماره	مقدار
امنیت اقتصادی	ضریب پیرسون	**۰/۱۷۹
	سطح معناداری	۰۰۰.
	تعداد	۴۵۰

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.6.5]

بر اساس نتایج جدول فوق ضریب همبستگی امنیت اقتصادی و کارآفرینی ۰/۱۷۹ است که نشان از رابطه مثبت بین دو متغیر دارد. سطح معنی‌داری آزمون نیز زیر ۰/۰۱ است این بدان معناست که به‌احتمال ۹۹ درصد فرضیه صفر مبنی بر صفر بودن ضریب همبستگی در مبنای جمعیت نمونه‌گیری رد می‌شود. به‌عبارت‌دیگر مقدار ضریب همبستگی مشاهده شده در نمونه در جمعیت نیز وجود دارد. بدین ترتیب هرچقدر امنیت اقتصادی در روستاهای بخش بهار همدان بالاتر باشد کارآفرینی نیز بالاتر خواهد بود.

پیوند فرصت‌ها و کارآفرینی یک فرایند اجتماعی پیچیده است که طیف وسیعی از عوامل مختلف را در برمی‌گیرد. یکی از این عوامل امنیت اقتصادی است این عامل به کارآفرین کمک می‌کند تا دید گسترده‌ای از این فرایند اجتماعی داشته باشند تا تجزیه‌وتحلیل کاملی از ماهیت یک فرصت کارآفرینی ایجاد کند.بر اساس یافته‌های فوق می‌توان بیان کرد که بستر امنیت اقتصادی یکی از مهم‌ترین زمینه‌های توسعه کارآفرینی است چرا که عدم وجود امنیت اقتصادی دورنمای مناسبی را برای کارآفرین به ارمغان نخواهد آورد و کارآفرین ریسک لازم برای پرورش این امر را به خرج نمی‌دهد.

تحلیل رابطه بین اعتماد اجتماعی و کارآفرینی

جدول ۶. برآورد همبستگی پیرسون بین اعتماد اجتماعی و کارآفرینی

متغیر	آماره	مقدار
اعتماد اجتماعی	ضریب پیرسون	**۰/۲۴۹
	سطح معناداری	۰۰۰.
	تعداد	۴۵۰

بر اساس نتایج جدول مذکور ضریب همبستگی اعتماد اجتماعی و کارآفرینی ۰/۲۴۹ است که نشان از رابطه مثبت بین دو متغیر دارد. سطح معنی‌داری آزمون نیز زیر ۰/۰۱ است این بدان معناست که به‌احتمال ۹۹ درصد فرضیه صفر مبنی بر صفر بودن ضریب همبستگی در مبنای جمعیت نمونه‌گیری رد می‌شود. به‌عبارت‌دیگر مقدار ضریب همبستگی مشاهده شده در نمونه در جمعیت نیز وجود دارد. بدین ترتیب هرچقدر اعتماد اجتماعی در روستاهای بخش بهار همدان بالاتر باشد کارآفرینی نیز بالاتر خواهد بود.

بنابراین، هرچه اعتماد اجتماعی بیشتر باشد کارآفرینی افراد نیز بیشتر خواهد بود. ازآنجاکه اعتماد اجتماعی ، افراد را در ارتباط اجتماعی گسترده‌تری با دیگران قرار می‌دهد و باعث میشود که فرد در گروه‌ها و سازمان‌هایی قرار گیرد که جنبهٔ نوآورانه و سازمانی‌شان قوی است، سبب می‌شود که فرد بیشتر و بهتر ظرفیت‌های خود را بشناسد و به اموری که خلاقیت و ریسک‌پذیری بیشتری دارند، دست بزند.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.6.5]

تحلیل رابطه بین امید به آینده و کارآفرینی

جدول ۷. برآورد همبستگی پیرسون بین امید به آینده و کارآفرینی

متغیر	آماره	مقدار
امید به آینده	ضریب پیرسون	**۰/۱۶۸
	سطح معناداری	۰۰۰.
	تعداد	۴۵۰

بر اساس نتایج جدول مذکور ضریب همبستگی امید به آینده و کارآفرینی ۰/۱۶۸ است که نشان از رابطه مثبت بین دو متغیر دارد. سطح معنی‌داری آزمون نیز زیر ۰/۰۱ است این بدان معناست که به‌احتمال ۹۹ درصد فرضیه صفر مبنی بر صفر بودن ضریب همبستگی در مبنای جمعیت نمونه‌گیری رد می‌شود. به‌عبارت‌دیگر مقدار ضریب همبستگی مشاهده شده در نمونه در جمعیت نیز وجود دارد. بدین ترتیب هرچقدر امید به آینده در روستاهای بخش بهار همدان بالاتر باشد کارآفرینی نیز بالاتر خواهد بود.

بنابراین اگر نگاه به آینده نامفهوم باشد و شناخت و آگاهی از وضعیت اشتغال، امنیت شغلی، نحوه تامین درآمد و حدود و میزان آن نامشخص باشد توسعه کارآفرینی بی‌شک کم‌رنگ خواهد بود که این امر از مهم‌ترین عوامل بازدارنده در این زمینه خواهد بود. اما اگر مسسیر پیش‌رو با توجه به عوامل در نظر گرفته شده، مشخص شفاف و روش باشد یا به عبارتی امید به آینده بالا باشد زمینه‌های کارآفرینی نیز گسترش و توسعه پیدا خواهد کرد.

جدول ۸. تبیین علی متغیرهای تحقیق

متغیرهای مستقل	B	خطای استاندارد	Beta	t	سطح معنی‌داری
امنیت اجتماعی	۰/۲۷۱	۰/۰۴۳	۰/۲۶۶	۶/۳۰۰	۰/۰۰۰
امنیت اقتصادی	۰/۲۰۶	۰/۰۳۲	۰/۲۸۱	۶/۵۱۲	۰/۰۰۰
اعتماد اجتماعی	۰/۲۴۳	۰/۰۳۹	۰/۲۶۵	۶/۲۱۹	۰/۰۰۰
امید به آینده	۰/۱۷۸	۰/۰۳۸	۰/۲۰۳	۴/۷۳۳	۰/۰۰۰
مقدار ثابت	۰/۴۵۲	۰/۲۸۲		۱/۶۰۴	۰/۰۰۰

R^2= ۰/۲۱۵ sig= ۰/۰۰۰ R= ۰/٤٧١

باتوجه‌به نتایج جدول فوق میزان R2 =۰/۲۱۵ که نشان از قدرت تبیین‌کنندگی در حد تقریباً پایین متغیرهای تحقیق دارد. همچنین باتوجه‌به سطح معنی‌داری مدل رگرسیونی (Sig<0/01)می‌توان بیان کرد که مجموعه متغیرهای مستقل قادرند متغیر وابسته را تبیین کنند. این امر بیانگر آن است که ۰/۲۱ از تأثیرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل در این تحقیق تبیین گشته است. هم چنین نتایج بیانگر آن است که همه متغیرهای مستقل در این تحقیق (امنیت اجتماعی، امنیت اقتصادی، اعتماد اجتماعی و امید به آینده) بر متغیر وابسته (کارآفرینی) تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند. در بین متغیرهای

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.6.5]

تأثیرگذار بر کارآفرینی، امنیت اقتصادی (۰/۲۸) بالاترین ضریب را در تبیین متغیر کارآفرینی دارد. در مجموع این نتیجه نشان می‌دهد که هر چهار فرضیه تحقیق تأیید شده است.

۵) نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر با هدف تبیین جامعه‌شناختی کارآفرینی و عوامل مؤثر بر آن؛ در روستاهای بخش بهار همدان انجام شد. توسعه مناطق روستایی بیش از هر زمان دیگری با کارآفرینی پیوند خورده است. در حال حاضر کارآفرینی به عنوان یک مداخله توسعه استراتژیک در نظر گرفته می‌شود که می‌تواند در سرعت بخشیدن به توسعه نقش مهمی را ایفا نماید. کارآفرینی روستایی که یک مفهوم پویا بوده به طور کلی به عنوان «کارآفرینی در سطح روستا که می‌تواند در زمینه‌های مختلف از جمله تجارت، صنعت، کشاورزی رخ دهد و به عنوان یک عامل قوی برای توسعه اقتصادی عمل کند» تعریف می‌شود. بخش بهار همدان که دارای ۶۹ روستا است و محصولات کشاورزی و صنایع دستی متنوعی را تولید می‌کند، اما روستاییان این بخش نتواسته‌اند در زمینه کارآفرینی اقدامات مؤثری را انجام دهند. از خصوصیات مهم و بارز این منطقه قرارگیری در جایگاه استراتژیک جاده کربلا می‌باشد که این امر می‌تواند در توسعه کارآفرینی در بخش بسیار حائز اهمیت باشد اما حتی این عامل نتوانسته در گرایش به کارآفرینی منطقه مؤثر واقع شود. بی‌شک گرایش به کارآفرینی نیازمند یکسری شرایط فردی و محیطی (امنیت جتماعی، امنیت اقتصادی، سرمایه اجتماعی، امید به آینده) است.

جهت دستیابی به هدف مذکور از نظریه ساخت‌یابی گیدنز بهره گرفته شد. براساس این نظریه عوامل محیطی و فردی بر کارآفرینی تأثیرگذار هستند. روش اصلی این پژوهش پیمایش و ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته بود. جامعه آماری ساکنین روستاهای بخش بهار همدان و ۴۵۰ نفر نیز به عنوان حجم نمونه از طریق نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای به منظور بررسی موضوع انتخاب شدند.

نتایج توصیفی این تحقیق نشان داد که روستاییان بخش بهار همدان تمایل زیادی به کارآفرینی و شروع کسب و کارهای جدید دراند. میانگین نمرات بدست آمده از متغیر وابسته نیز بیانگر میانگین بالا بوده که نشان از گرایش بالای روستاییان این بخش به کارآفرینی داشت. در زمینه عوامل مؤثر بر کارآفرینی نیز چهار متغیر (امنیت اجتماعی، امنیت اقتصادی، اعتماد اجتماعی و امید به آینده) مورد بررسی قرار گرفت و نتایج توصیفی این چهار متغیر نشان داد که روستاهای بخش بهار همدان در هر چهار عامل محیطی و فردی شرایط مناسبی دارد.

نتایج تحلیلی این تحقیق حاکی از آن بود که در زمینه عوامل مؤثر بر کارآفرینی هر چهار متغیر مورد بررسی در این تحقیق رابطه مثبت و مستقیم با کارآفرینی داشتند. رابطه بین امنیت اجتماعی و کارآفرینی یکی از فرضیه‌هایی بود که مورد بررسی قرار گرفت نتایج نشان از رابطه مثبت بین دو متغیر داشت این نتیجه در تحقیق رئیسی و همکاران نیز بدست آمده بود(رئیسی و همکاران، ۱۳۹۷). یکی دیگر از فرضیه تحقیق رابطه بین امنیت اقتصادی و کارآفرینی بود که تحلیل داده‌های بدست آمده نشان از رابطه مستقیم و مثبت بین دو متغییر داشت نتیجه‌ای که در تحقیق روشن‌قیاس و همکاران و اعظمی و

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.6.5]

همکاران نیز به نوعی مشاهد شد(قیاس و همکاران، ۱۳۹۲). رابطه اعتماد اجتماعی و کارآفرینی یکی دیگر از موارد مورد بررسی در این تحقیق بود که نتیجه بدست آمده نشان از رابطه مثبت بین دو متغیر داشت. این نتیجه با یافته‌های فیروزآبادی و نصراللهی سازگار است. (فیروزآبادی و نصراللهی‌وسطی، ۱۳۹۳) رابطه مثبت بین امید به آینده و کارآفرینی یکی دیگر از نتایجی بود که در این تحقیق بدست آمد نتیجه که با یافته‌های مرادی و صالحی نیز همخوانی دارد. (مرادی و کلانتری، ۱۳۸۹) نتایج بدست آمده بیانگر آن است که عوامل محیطی و فردی مناسبی در روستاهای بخش بهار همدان جهت رونق کارآفرینی و شروع کسب و کارهای جدید وجود دارد. هم‌چنین عوامل مؤثر بررسی شده در این تحقیق ۰/۲۱ از تغییرات متغیر وابسته (کارآفرینی) را تبیین کردند. که این امر نشان می‌دهد این عوامل می‌توانند در زمینه رونق کسب وکار و کارآفرینی مؤثر باشند.

به عبارت دیگر هر چقدر بتوان در زمینه عوامل محیطی در ایجاد کسب و کار جدید شرایط بهتری را فراهم نمود بی شک می‌توان بستری مناسب جهت رونق کارآفرینی خواهد بود.

بخش بهار همدان دارای مزیت‌های نسبی است که با کمی برنامه‌ریزی می‌توان این بخش را در مسیر توسعه اجتماعی اقتصادی قرار داد. آنچه که مسئولین و برنامه‌ریزان روستایی در آن غفلت کردند فراهم آوردن زمینه‌های شغلی و افزایش درآمد روستائیان است. مسئولان و برنامه‌ریزان روستایی تنها به فکر افزایش زمینه‌های رفاهی روستائیان بوده و این که برنامه‌ها تنها به عنوان یک مسکن بوده و نمی‌تواند زمینه‌های توسعه اجتماعی اقتصادی روستاها را فراهم آورند. آنچه که در این بین مورد غلت قرار گرفته است عدم وجود برنامه‌ریزی در جهت افزایش درآمد روستائیان و افزایش اشتغال است. با توجه به اینکه این منطقه در مسیر زائرین کربلا قرار گرفته، می‌توان از این فرصت به نحو درست استفاده کرده و با ایجاد زمینه‌های شغلی مناسب از قبیل بازارچه روستایی که در آن محصولات کشاورزی و صنایع دستی روستائیان عرضه گردد، می‌توان زمینه‌های پرورش کارآفرینی و در نهایت توسعه اجتماعی و اقتصادی روستایی را فراهم نمود.

در پایان باید بیان نمود که بی‌شک یکی از زمینه‌های اصلی توسعه روستایی رونق کسب و کار روستایی و پرورش زمینه‌های کارآفرینی است. از آنجایی که این امر بستگی به زمینه‌های محیطی لازم دارد با فراهم آوردن این زمینه‌ها می‌توان امیدوار بود که کارآفرینی در روستاهای بخش بهار همدان رشد کرده و زمینه‌ساز توسعه روستایی شود.

۶) منابع

- احمدپورداریانی، محمود (۱۳۸۱). **کارآفرینی**، چاپ چهارم، شرکت پریس، تهران. دوره جدید - ۷ شماره:۳۴ صفحات :۳۹-۵۸.
- رضایی، سعید؛ خالقی، آرمین؛ عیوضی، فاطمه خالقی (۱۳۹۲) **تجربه آها! کارآفرینانه: رویکرد ترکیبی علومِ شناختی، جامعه شناسی و روانشناسی به کارآفرینی. مدیریت نوآوری**، ۳(۲)، ۱۲۵-۱۴۴.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.6.5]

- رضوانی، محمدرضا و نجارزاده، محمد. (۱۳۸۷). **بررسی و تحلیل زمینه‌های کارآفرینی روستاییان در فرایند توسعه نواحی روستایی مطالعه موردی: دهستان براآن جنوبی (شهرستان اصفهان)**، فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، دوره ۱، شماره ۲، صص ۱۶۱-۱۸۲.
- رضوانی، محمدرضا، (۱۳۸۳) **مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی توسعه روستایی در ایران**، تهران: نشر قومس.
- رئیسی، ابوبکر؛ شیهکی‌تاش، مهیم و سالارزهی، حبیب الله (۱۳۹۷). **تحلیل رابطه بین آموزش و ترویج کارآفرینی و احساس امنیت اجتماعی شهروندان در بخش سرباز (کلات) شهرستان سرباز**. آموزش در علوم انتظامی, ۲۵(۲۳), ۳۱-۴۵.
- زیوری، امینه؛ محمدی خیاره، محسن و مظهری، رضا (۱۳۹۸). **مروری سیستماتیک بر عوامل اقتصادی مؤثر برکارآفرینی**. نشریه: رشد فناوری، دوره:۱۶شماره:۶۲ صفحات :۳۲-۴۳.
- سعیدی‌کیا، مهدی (۱۳۸۲) **آشنایی با کارآفرینی**، تهران: نشر سپاس.
- شجاعی‌فرد، علی (۱۳۹۸) **توانمندسازی و ایجاد کارآفرینی روستایی در محیط‌های کسب و کار کوچک (مورد: دهستان آیسین-شهرستان بندرعباس)**. نشریه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، دوره۹، شماره:۳۶ ، صفحات :۱۸۵-۱۹۶.
- فیروزآبادی، سیداحمد؛ نصرالهی‌وسطی، لیلا. (۱۳۹۳). **بررسی رابطه میان اعتماد اجتماعی و روحیه کارآفرینی زنان روستایی مطالعه موردی: دهستان شیروان از توابع شهرستان بروجرد**. پژوهش‌های روستائی، ۵(۱)، ۲۵-۴۴.
- قاسمی‌سیانی، محمد، (۱۳۸۸)، **کارآفرینی و نقش آن در توسعه اقتصادی روستاهای ایران**، مجله مسکن و محیط روستا، شماره ۱۲۸ ،صص ۴۳-۲۸.
- مرادی، سیدصالح؛ کلانتری، مهدی (۱۳۸۹). **تاثیر درس کارآفرینی بر امید به آینده شغلی از دیدگاه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی منطقه ۸**. نشریه: پژوهش اجتماعی دوره:۳ ، شماره:۷ صفحات :۱۸۷-۲۱۰.
- ناهید، مجتبی (۱۳۸۸). **چیستی و چرایی کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی در یک نگاه**، نشریه: بررسی-های بازرگانی.
- نجفی‌کانی، علی اکبر ؛ حسام، مهدی ؛ آشور، حدیثه (۱۳۹۴) **سنجش وضعیت توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی مورد: دهستان استرآباد جنوبی در شهرستان گرگان**. اقتصاد فضا و توسعه روستایی. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی سال چهارم بهار ۱۳۹۴ شماره ۱ (پیاپی ۱۱). صص ۳۷-۵۶.
- Das, D. C. (2014). **Prospects and challenges of rural entrepreneurship development in NER-A study**. International Journal Of Humanities & Social Science Studies, 1(3), 178-182 .
- Elkafrawi, N., Roos, A., & Refai, D. (2021). **Contextualising rural entrepreneurship–A strong structuration perspective on gendered-local agency**. International Small Business Journal, 02662426211069851 .
- Fortunato, M. W.-P. (2014). **Supporting rural entrepreneurship: a review of conceptual developments from research to practice**. Community development, 45(4), 387-408 .
- Ghamgui, N., & Soparnot, R. (2021). **Entrepreneurial opportunity discovered or created? A Strong Structuration Theory perspective.** Recherches en Sciences de Gestion, 145(4), 271-304 .
- Leong, D. (2021). **Entrepreneurial energy and opportunities existing in space**. Journal of Entrepreneurship, Business and Economics, 8(2), 196-218 .
- Lewis, D. (1996). **Understanding rural entrepreneurship in a Bangladesh village-individuals, roles or structures?** Small Enterprise Development, 7 ,۲۲-۳۱.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.6.5]

- Nawaz, F. (2009). **Critical factors of women entrepreneurship development in rural Bangladesh .**

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.6.5]