Journal of Applied Researches in Geographical Sciences
Print ISSN: 2228-7736 Online ISSN: 2588-5138
https://jgs.khu.ac.ir/

Assessing the factors affecting the formation of entrepreneurial opportunities in rural areas; Case study: Behbahan County

Sara Ferdosi[1] | HasanAli Faraji Sabokbar[2]✉ | AliReza Darban Astane[3] |Fazileh Khani[4]

1. PhD Student of Geography and Rural Planing Tehran, Iran. **E-mail: saraferdosi2@gmail.com**
2. Corresponding author, Professor of Human Geography, Faculty of Geography, University of Tehran, Tehran, Iran. **E-mail: hafaraji@ut.ac.ir**
3. Associate Professor of Human Geography, Faculty of Geography, University of Tehran, Tehran, Iran. **E-mail: Astaneali@ut.ac.ir**
4. Professor of Human Geography, Faculty of Geography, University of Tehran, Tehran, Iran. **E-mail: fazileh.khani@gmail.com**

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:
Received
2020/02/18
Received in revised
2021/01/18
Accepted
2021/01/31
Published
2021/02/04
Published online
2024/01/21

Keywords:
Behbahan villages,
Entrepreneurial opportunities,
Rural areas,
Translog.

ABSTRACT

The development of sustainable entrepreneurship plays a critical role in promoting human well-being and environmental preservation. To achieve this objective, it is essential to understand the factors affecting the emergence of entrepreneurial opportunities in different regions. Therefore, this study aims to explore these factors through a descriptive-analytical survey, with data collected from documentary research and field surveys. The number of experts was 52 who were purposefully sampled using the snowball method. The study employed four indicators and 28 items, which were measured using the Likert scale. A sample of 439 individuals, consisting of 387 villagers and 52 experts, participated in the study. The selection of the 387 villagers was determined using Cochran's formula from a statistical population of 215,104 people. Descriptive statistics, such as mean and standard deviation, as well as inferential statistics, including one-sample t-test and one-way analysis of variance, were used to analyze the data. The results of the one-sample t-test revealed that all indicators examined in the study were statistically significant at a confidence level above 95%. These findings suggest that the villagers' perception of these indicators is positive, given that the observed mean value (3.1) is assumed to be positive. Furthermore, the evaluation statistics, such as the multiple determination coefficient and adjusted coefficient of determination, indicated that the transcendental model provides a better understanding of the factors influencing entrepreneurial opportunities and the key areas of entrepreneurship. The analysis of the transcendental model demonstrated that government subsidies, investment and facilities, product insurance, and education are the most influential factors in the formation of entrepreneurial opportunities. Additionally, the most important sectors for creating and developing entrepreneurship were found to be handicrafts, home-based jobs, oil and gas, medicinal plants, and date production. Overall, the results highlight the region's significant potential for natural, economic, and industrial entrepreneurship, emphasizing the necessity for the government to prioritize investment in entrepreneurship.

Cite this article: Ferdosi, Sara., Faraji Sabokbar, Hasan Ali., Darban Astane, AliReza., & Khani, Fazileh. (2025). Assessing the factors affecting the formation of entrepreneurial opportunities in rural areas; Case study: Behbahan County. *Journal of Applied Researches in Geographical Sciences*, 75 (24), 20-38. DOI: http://dx.doi.org/10.61186/jgs.24.75.7

© The Author(s). Publisher: Kharazmi University.

DOI: http://dx.doi.org/10.61186/jgs.24.75.7

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.219.2]
[DOI: 10.61186/jgs.24.75.7]

Journal of Applied Researches in Geographical Sciences
Print ISSN: 2228-7736 Online ISSN: 2588-5138
https://jgs.khu.ac.ir/

Extended Abstract

Introduction

Behbahan city is located in the southeast of Khuzestan province. Due to its special and suitable climatic conditions, the existence of Maroon and Khairabad rivers, fertile soil, and various energy sources, it has provided favorable facilities for expanding entrepreneurial opportunities. This city also has great potential due to its strategic location between the three provinces of Bushehr, Kohgloyeh, Boyer-Ahmad, and Khuzestan, as well as its proximity to Fars province. However, the situation of entrepreneurship in the villages of the study area is insignificant. In the villages of this city, there are 6,370 people (18% of the total rural population) with higher education who are unemployed. It is also necessary to pay attention to the fact that the general pattern of rural entrepreneurship in the region is mainly external. Most of the benefits are not attracted to rural areas, but rather directed to investors who are mainly from outside the city and province. Based on the above, the first step in designing an efficient and sustainable entrepreneurship model is to create employment and sustainable income for residents. This will also help protect the environment of this city. It is important to identify the factors affecting the formation of entrepreneurial opportunities and to identify opportunities for entrepreneurship. These insights will be useful for further studies in rural entrepreneurship and development programs to improve the sustainable development of rural areas in the region.

Material and Methods

In this research, a field survey was conducted, followed by statistical analysis based on a random approach, which served as the overarching framework for the research methodology. The sample population comprised entrepreneurs in the region who had initiated new businesses, as well as managers in the region, such as the head of the agricultural jihad, the district governor, the mayor, the head of the bank, and the council. Additionally, villagers who resided in the region and were directly involved in issues and challenges related to unemployment and the presence of opportunities in the area were included in the statistical sample. Snowball sampling was employed to identify and select individuals who possessed comprehensive and extensive information on the subject matter. During interviews, participants were requested to recommend other individuals whom they recognized as entrepreneurs and suitable for further interviews. The statistical population encompassed families, entrepreneurs, and managers from 32 villages in Behbahan city, specifically from the central areas of Zidoon and Tashan. The sample population, determined using Cochran's formula, consisted of 439 individuals. Snowball sampling was once again utilized to reach individuals who possessed profound knowledge about the subject matter. Descriptive statistics, such as mean and standard deviation, along with inferential statistics, such as one-sample t-test and one-way analysis of variance, were employed to analyze the data. In addition, translog and transcendental production functions were utilized. The results of the one-sample t-test were found to be statistically significant for all examined indicators at a

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.219.2]
[DOI: 10.61186/jgs.24.75.7]

Journal of Applied Researches in Geographical Sciences
Print ISSN: 2228-7736 Online ISSN: 2588-5138
https://jgs.khu.ac.ir/

confidence level exceeding 95%. Given that the observed mean difference was assumed to be positive (3.1), it can be statistically concluded that the villagers under study held a favorable opinion regarding these indicators. Furthermore, based on the evaluation statistics of the multiple determination coefficient and adjusted coefficient of determination, it was determined that the transcendental model provided a more accurate assessment of the factors explaining entrepreneurial opportunities and significant areas for entrepreneurship.

Results and Discussion

The analysis of the transcendental model yielded results indicating that government subsidies, government investment, government facilities, product insurance, and education, among the relevant indicators and items, have coefficients of determination of 0.97, 0.97, 0.96, 0.96, and 0.72, respectively. These factors exert the most significant influence on the formation of entrepreneurial opportunities in Behbahan city. Specifically, handicrafts, home businesses, oil and gas, medicinal plants, and dates emerge as the key areas for entrepreneurship creation and development. Spatial analysis demonstrates that handicrafts and home occupations exhibit the highest distribution across the county, with the potential for establishing such businesses in nearly all villages and districts. Villages such as Dodangeh Bozor, Kurdistan Kochak, Saif Elah, Islamabad Alia, and Mahmood Abad present promising entrepreneurial opportunities in the field of medicinal plants. Similarly, the northwest and south of the county offer favorable conditions for the development of businesses related to gas and oil. Entrepreneurship prospects related to dates are scattered throughout the central and Tshan district.

Conclusion

The research findings indicate that the villagers' lack of familiarity with entrepreneurship is influenced by several factors. These factors include the unique circumstances found in rural environments such as geographical isolation, deprivation, limited opportunities and resources, basic services, and the need for infrastructure and communication. Previous studies on the impact of geographical isolation have identified deprivation as a significant obstacle to the emergence of entrepreneurial opportunities in rural areas. Furthermore, within the framework of the systemic process model of entrepreneurship, it can be argued that the rural areas of Behbahan County lack the essential environmental conditions and individual capabilities necessary for entrepreneurial development. Consequently, education and empowerment are of utmost importance in this region. In addition, the training of talented villagers with diverse entrepreneurial skills is crucial in achieving this objective. While in the past, entrepreneurship in rural areas could be pursued without formal education, relying solely on the indigenous knowledge available in these areas, this approach is no longer effective due to the decline of such knowledge and the changing nature of entrepreneurship. Therefore, the need for entrepreneurship-related training and skills development is inevitable. Consequently, creating a supportive social, cultural, and economic environment in rural areas by providing facilities and improving villagers' access to various services such as insurance and government subsidies can significantly contribute to the development of entrepreneurship. In order to strengthen entrepreneurship in these rural areas, it is essential to make government investments and encourage non-rural entrepreneurs, taking into account the opportunities and specific contexts related to entrepreneurship in these areas. This strategy is suitable for short-term implementation and can be highly effective in promoting rural entrepreneurship.

Keywords: Behbahan villages, entrepreneurial opportunities,Rural areas,Translog

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.219.2]
[DOI: 10.61186/jgs.24.75.7]

نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی
شاپا چاپی: ۷۷۳۶-۲۲۲۸ شاپا الکترونیکی: ۵۱۳۸-۲۵۸۸
https://jgs.khu.ac.ir/

ارزیابی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری فرصت‌های کارآفرینی در مناطق روستایی؛ مطالعه موردی: شهرستان بهبهان

سارا فردوسی[۱]، حسنعلی فرجی سبکبار[۲]✉، علیرضا دربان آستانه[۳]، فضیله خانی[۴]

۱. دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، گروه جغرافیای انسانی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: saraferdosi2@gmail.com

۲. نویسنده مسئول، استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، گروه جغرافیای انسانی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: hafaraji@ut.ac.ir

۳. دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، گروه جغرافیای انسانی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: Astaneali@ut.ac.ir

۴. استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، گروه جغرافیای انسانی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: fazileh.khani@gmail.com

اطلاعات مقاله

نوع مقاله:
مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:
۱۳۹۹/۰۷/۲۷

تاریخ بازنگری:
۱۳۹۹/۱۰/۲۹

تاریخ پذیرش:
۱۳۹۹/۱۱/۱۲

تاریخ انتشار:
۱۳۹۹/۱۱/۱۶

تاریخ انتشار آنلاین:
۱۴۰۲/۱۱/۰۱

کلیدواژه‌ها:
شهرستان بهبهان،
فرصت‌های کارآفرینی،
نواحی روستایی،
ترانسلوگ،
ترانسندنتال.

چکیده

توسعه پایدار کارآفرینی، رفاه انسان و محیط‌زیست را تسهیل می‌نماید. دستیابی به این هدف، مستلزم شناخت عوامل مؤثر بر شکل‌گیری فرصت‌های کارآفرینی هر منطقه است. بنابراین پژوهش حاضر با این هدف و به‌صورت پیمایشی، توصیفی- تحلیلی انجام و داده‌ها از طریق مطالعات اسنادی و میدانی گردآوری گردید. تعداد خبرگان ۵۲ نفر بودند که به‌طور هدفمند با استفاده از روش گلوله برفی نمونه‌گیری شدند. ۴ شاخص و ۲۸ گویه با استفاده از طیف لیکرت طراحی و در اختیار ۴۳۹ نفر (۳۸۷ روستایی و ۵۲ خبره) قرار گرفت. این ۳۸۷ نفر از طریق فرمول کوکران و از جامعه آماری ۲۱۵۱۰۴ نفره و به‌صورت طبقه‌ای تصادفی با انتساب متناسب انتخاب گردید. برای تجزیه‌وتحلیل اطلاعـات از آمارهای توصیفی (میانگین، انحراف معیار) و آمار استنباطی (آزمون T تک نمونه‌ای برای ارزیابی وضع موجود، آزمون آنالیز واریانس یک‌طرفه برای مقایسه بین روستاها) و توابع تولید ترانسلوگ و ترانسندنتال برای ارزیابی عوامل مؤثر، استفاده شده است. نتایج آزمون t تک نمونه آزمون برای تمامی شاخص‌های موردبررسی در سطح اطمینان بالای ۹۵ درصد معنی‌دار می‌باشد و نظر به اینکه اختلاف میانگین مشاهده شده مقدار مفروض (۳/۱) مثبت می‌باشد، لذا از نظر آماری می‌توان گفت از نظر روستاییان، میزان تأثیرگذاری این شاخص‌ها مثبت است. همچنین مطابق آماره‌های ارزیابی ضریب تعیین چندگانه و ضریب تعیین تعدیل شده، مدل ترانسندنتال ارزیابی بهتری از عوامل تبیین کننده فرصت‌های کارآفرینی و زمینه‌های اصلی کارآفرینی دارد. نتایج حاصل از تحلیل مدل ترانسندنتال نشان می‌دهد که در میان شاخص‌ها و گویه‌های مرتبط؛ یارانه دولتی، سرمایه‌گذاری دولتی، تسهیلات دولتی، بیمه محصولات و آموزش اساسی‌ترین عوامل مؤثر بر شکل‌گیری فرصت‌های کارآفرینی و صنایع‌دستی، مشاغل خانگی، نفت و گاز، گیاهان داروئی و خرما به ترتیب، مهم‌ترین زمینه‌های ایجاد و توسعه کارآفرینی می‌باشند. نتایج نهایی نشان می‌دهد که منطقه دارای پتانسیل‌های فراوان کارآفرینی طبیعی، اقتصادی و صنعتی می‌باشد و توجه جدی به کارآفرینی، از ضروریات سرمایه‌گذاری دولتی می‌باشد.

استناد: فردوسی، سارا؛ فرجی سبکبار، حسنعلی؛ دربان آستانه، علیرضا و خانی، فضیله. (۱۴۰۳). ارزیابی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری فرصت‌های کارآفرینی در مناطق روستایی؛ مطالعه موردی: شهرستان بهبهان. *نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی*، ۷۵ (۲۴)، ۳۸-۲۰. http://dx.doi.org/10.61186/jgs.24.75.7

ناشر: دانشگاه خوارزمی تهران.

© نویسندگان.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.219.2]
[DOI: 10.61186/jgs.24.75.7]

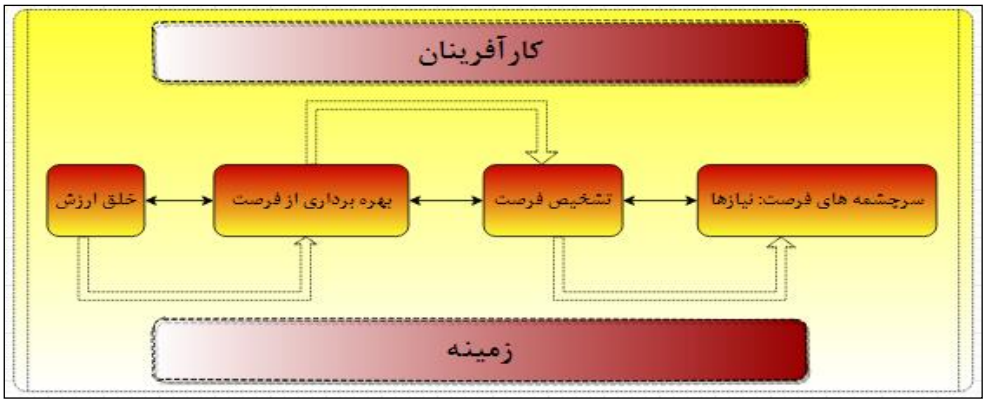
مقدمه

سکونتگاه‌های روستایی کشور نیز، به‌واسطه عدم دسترسی و یا دسترسی ضعیف به بسیار از امکانات و خدمات آموزشی، بهداشتی، ارتباطی، اعتباری، حمل‌ونقل، زیرساختی که ناشی از سوء مدیریت نهادهای متولی توسعه روستایی در کشور است (پولنسکی[1]،۲۰۱۱: ۱۳۱۹-۱۳۱۱) و (پالامر[2] و همکاران،۲۰۱۷ :۳۷۹-۳۶۳)، با چالش‌های متعددی از جمله مهاجرت، ناامنی غذایی، فقر، بیکاری، تخریب محیط‌زیست، حاشیه‌نشینی، بیماری، اعتیاد و بزه‌کاری مواجه هستند و روزبه‌روز بر شدت و تنوع این چالش‌ها افزوده می‌شود (ایزدی و برزگر، ۱۳۹۲: ۹۱۸-۹۰۱؛ ذبیحی و مقدسی، ۱۳۸۵) و قشر تلاشگر روستایی را به‌سوی آینده‌ای مبهم سوق می‌دهند تا جایی که بسیاری از محققان، آینده بیمناکی را برای قشر تلاشگر روستایی کشورمان پیش‌بینی می‌کنند (رستمی و فیض بخش، ۱۳۹۱: ۳۲-۱؛ رضوانی، ۱۳۹۰). کارآفرینی با خلق فرصت‌های جدید اشتغال و درآمد، نوآوری و ایجاد رفاه، نقش مؤثری در بهبود وضع اقتصادی و معیشتی جوامع روستایی ایفا می‌کند (آلن[3] و مالین[4]، ۲۰۰۸: ۸۸۴-۸۲۸؛ وانگ[5] و فن[6]، ۲۰۰۶: ۹۵۸-۹۳۹؛ زرا[7] و همکاران، ۲۰۰۹: ۵۳۲-۵۱۹). طبق تعریف دیده‌بان جهانی کارآفرینی، کارآفرینی فرصت‌گرا، به کسب‌وکارهایی اشاره دارد که براساس تشخیص فرصت‌ها و بهره‌برداری از آن‌ها ایجاد شده‌اند (شن[8]، ۲۰۰۳: ۴۸؛ شورت[9] و همکاران، ۲۰۱۹: -۶۵-۴۰؛ وتس[10]، ۲۰۱۴: ۱۷-۱۰) معتقد است باید به مطالعه "سرچشمه‌ها، ماهیت و تکامل فرصت‌های کارآفرینی" به منزله رکن اساسی تعریف حوزه علمی کارآفرینی توجه شود شکل (۱). تجربه بسیاری از کشورهای فقیر پرجمعیت که طیف وسیعی از جمعیت آنان را روستاییان تشکیل می‌دهند، بیانگر این نکته است که توجه به مقوله کارآفرینی می‌تواند از مهاجرت روستاییان به شهرها کاسته و زمینه‌های اشتغال، رفاه و پیشرفت آنان را در همان روستای محل سکونتشان فراهم نماید (ورکیانی پور و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۶۱-۱۳۹؛ کریم زاده و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۹۰-۲۶۹؛ شورت و همکاران، ۲۰۱۹: ۶۵-۴۰). طی سال‌های ۱۹۸۰ تا ۱۹۹۰ میلادی، به دلیل اهمیت جایگاه کارآفرینی در ایجاد اشتغال، به‌تدریج وفاق عمومی در کشورهای توسعه‌یافته و درحال‌توسعه در راستای آموزش و ترویج کارآفرینی ایجاد شد (نال[11] و کمپ[12]، ۲۰۰۹: ۶۸۰-۶۶۸؛ نیکلوا[13] و همکاران، ۲۰۱۹: ۱۹-۱). به‌عنوان نمونه در کشور سوئد، اتحادیه اقتصاد روستایی و جوامع کشاورزی از سازمان‌های فعال در زمینه توسعه کارآفرینی روستایی و ایجاد محیطی بهتر در شهرها و حومه آن‌هاست (فراهانی و الوندی،۱۳۹۹: ۱۱۹-۱۰۵؛ فتاحی و طباخبان، ۱۳۹۵: ۱۷۳-۱۵۱). در بعضی از کشورهای درحال‌توسعه، کارآفرینی روستایی به‌عنوان راهبردی جدی برای توسعه اقتصادی و اجتماعی روستاها مطرح است. بدین ترتیب، توسعه کارآفرینی و خود اشتغالی در مناطق روستایی به‌ضرورت و نیاز جدی تبدیل شده است (شورت و همکاران، ۲۰۱۹: ۶۵-۴۰). از این‌رو، برای غلبه بر چالش‌های فوق‌الذکر پیش روی جوامع روستایی، در چند دهه اخیر رویکرد کارآفرینی به‌عنوان یکی از راهبردهای مهم توسعه روستایی موردتوجه برنامه ریزان امر قرار گرفته است (آلن[14] و مالین[15]، ۲۰۰۸: ۸۲۸-۸۸۴؛ وانگ[16] و فن[17]، ۲۰۰۶: ۹۵۸-۹۳۹). به‌رغم اینکه، در کشور ما تا شروع اجرای برنامه سوم توسعه، توجه چندانی به

[1] Polansky
[2] Plummer
[3] Allen
[4] Malin
[5] Wang
[6] Fan
[7] Zahra
[8] Shane
[9] Short
[10] Votes
[11] Nill
[12] Kemp
[13] Nikolaou
[14] Allen
[15] Malin
[16] Wang
[17] Fan

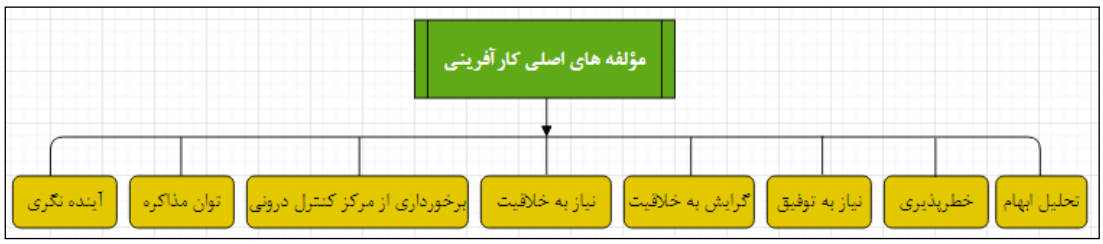
[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.219.2]
[DOI: 10.61186/jgs.24.75.7]

کارآفرینی و استفاده از فرصت‌های کارآفرینی نشده بود. به‌طوری‌که حتی در محافل علمی و دانشگاهی نیز به‌جز موارد بسیار نادر، فعالیتی در این زمینه صورت نگرفته بود (ورکیانی پور و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۶۱-۱۳۹؛ کریم زاده و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۹۰-۲۶۹). مشکل بیکاری و پیش‌بینی حادتر شدن آن در دهه ۱۳۸۰ موجب شد که در زمان تدوین برنامه سوم توسعه، موضوع توسعه کارآفرینی موردتوجه قرار گیرد. در برنامه اخیر، توسعه کارآفرینی در سطح وزارتخانه‌های علوم، تحقیقات و فناوری، بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، جهاد کشاورزی، صنایع و معادن و فلزات و همچنین مؤسسه جهاد دانشگاهی به دلیل ارتباط با فعالیت‌های آن‌ها، مطرح شده است (رضایی و همکاران، ۱۳۹۶: ۷۸-۵۹؛ رضوانی و نجار زاده، ۱۳۸۷: ۱۸۲-۱۶۱).



شکل (۱). فرصت با نگاهی پویا به‌عنوان موضوع کارآفرینی (شن[18]، ۲۰۰۳: ۴۸)

در تعریف کارآفرینی شومپیتر[19] (۱۹۲۸: ۳۹) معتقد است کارآفرینی روشی است برای انجام دادن کسب‌وکار به شیوه‌ای مبتکرانه با تمرکز بر مشتری و پذیرفتن خطرهای حساب شده و مجموعه راه‌حل‌هایی برای برون‌رفت از معضل بیکاری (حسینی و همکاران: ۱۳۹۸، ۳۸، بوسمن[20] و همکاران، ۲۰۱۸: ۷۴۲-۷۱۱، قنبری و همکاران،۱۳۹۶، ۱). تاکنون طبقه‌بندی‌های مختلفی از کارآفرینی توسط محققانی مانند: چل[21] و همکاران (۱۹۹۱)، وو[22] و همکاران (۱۹۹۸)، میلر و تولوس[23] (۱۹۸۶)، جونز و ایوانزا[24] (۱۹۹۵)، (ذبیحی و مقدسی، ۱۳۸۵: ۱۹) ارائه شده است. به‌طورکلی آن‌ها طبقه‌بندی کارآفرینان را در قالب هشت رویکرد ارائه می‌نمایند (شکل ۲). از دیدگاه آن‌ها با توجه به اهمیت کارآفرینی در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها، تسهیل شرایط برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه در بسیاری از سیاست‌گذاری‌های دولت‌ها ضروری است که مورد تأکید قرار بگیرد (آس، ۲۰۱۶ ، ۵۶).



شکل (۲). مؤلفه‌های اصلی کارآفرینی

[18] Shane
[19] Schumpeter
[20] Bosman
[21] Chel
[22] Wu
[23] Milerr & Toolus
[24] Juonez & Ivanesa

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.219.2]
[DOI: 10.61186/jgs.24.75.7]

کارآفرینی روستایی تحت تأثیر نیروهای بیرونی و درونی هستند که این محیط‌ها برحسب منابع و فرصت‌های موجود در محیط‌های روستایی، هدایت‌کننده اهداف توسعه، به‌ویژه توسعه اقتصادی، در این جوامع می‌باشند (سائر[۲۵]، ۱۹۸۶: ۶، رضوانی و نجارزاده، ۱۳۸۷: ۱۶۶). این محیط‌ها برحسب منابع و فرصت‌های موجود در محیط‌های روستایی (بالقوه و بالفعل، نرم‌افزاری و سخت‌افزاری)، هدایت کننده اهداف توسعه، به‌ویژه توسعه اقتصادی، در این جوامع‌اند. در این راستا همین فرآیندها و با در نظر گرفتن این دو محیط یک پیوند ارگانیکی میان اهداف توسعه روستایی و توسعه کارآفرینی در این مناطق برقرار می‌شود تا از ترکیب مناسب این عوامل، رفتارهای کارآفرینی در جوامع روستایی در راستای توسعه اقتصادی شکل می‌گیرد. توسعه کارآفرینی در روستاها نیز همچون شهرها مستلزم فراهم نمودن پیش‌نیازهای اساسی از جمله آموزش، ترویج فرهنگ کارآفرینی، توسعه زیرساخت‌ها و شبکه‌های حمایتی مالی است (هیلینگ و گرهارد[۲۶]، ۲۰۲۰: ۲). بسیاری از اقتصاددانان توسعه معتقدند که دولت در توسعه فرایند کارآفرینی روستایی، نقش مهمی را ایفا می‌کند. طی چند سال گذشته، دولت‌ها به‌طوری جدی به تشویق کارآفرینی پرداخته‌اند، زیرا کارآفرینی موجب بهره‌مندی مردم و کشور می‌شود؛ بنابراین قبل از آنکه مردم بتوانند کاری را شروع کنند، باید دارای سرمایه، تکنولوژی، تسهیلات لازم برای تولید کالا و نیروی کار مناسب، روحیه مناسب و شرایط روانی متعادل برای موفقیت در کارآفرینی باشند. از این‌رو با آگاهی از نیازهای کارآفرینان و مشاغلی که نیاز به حمایت دولت دارند، به نظر می‌رسد که دولت در بهترین موقعیت برای تعیین سیاست و طراحی برنامه‌ها، هدفش باید توسعه و تشویق کارآفرینی باشد. دولت از طریق اعمال خط‌مشی در وزارتخانه‌ها و مؤسسات می‌تواند موجب شکوفایی کارآفرینی شود (کونر[۲۷]، ۲۰۱۳: ۵۹۳-۵۴۶). در جدول (۱) مطالعاتی با پراکنش زمانی در تبیین توسعه کارآفرینی، شاخص‌های مؤثر در این فرایند آمده است.

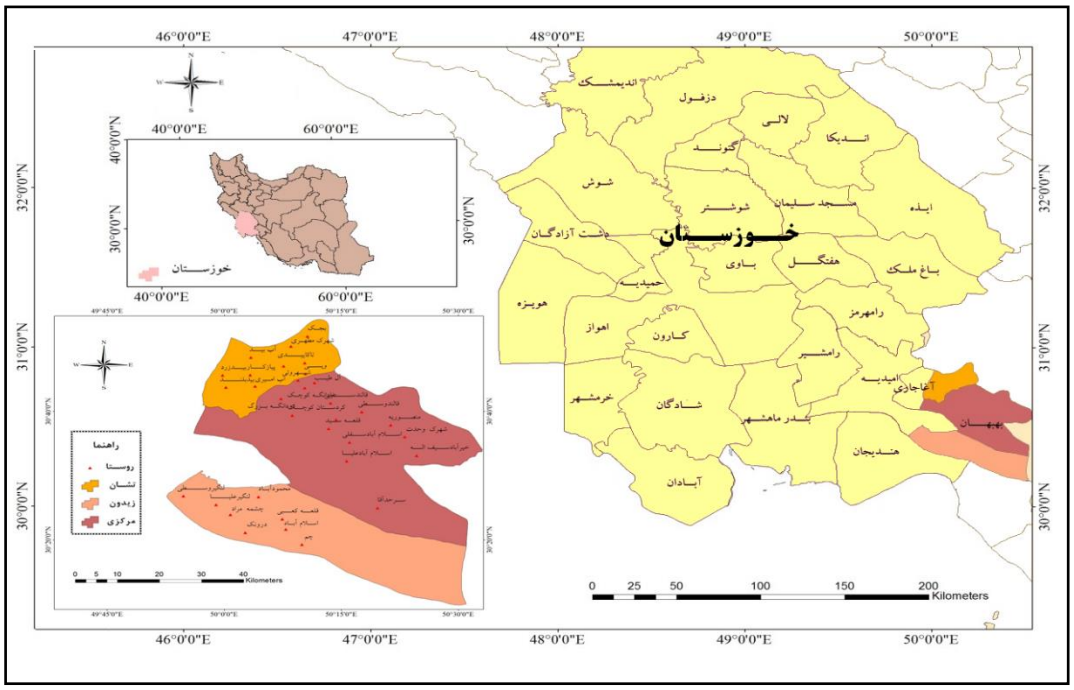
جدول (۱). نگرش به توسعه کارآفرینی و شاخص‌های سنجش آن

نویسنده	موضوع	شاخص‌های مؤثر
دابسون[۲۸] و همکاران (۲۰۰۳)	کارآفرینی با نگرش ساختارهای محلی	محیط اجتماعی، اقتصادی، اکولوژیکی، زیرساخت‌ها، صنعت و فناوری
پتریدیس و گلاولی[۲۹] (۲۰۰۸)	توسعه کارآفرینی با نگرش سیاست‌گذاری	دولت، ویژگی‌های فردی، هنجارهای اجتماعی، شبکه‌های حمایتی ، استفاده از فناوری
رضوانی و نجارزاده (۱۳۸۷)	توسعه کارآفرینی با نگرش حمایت بخش خصوصی	آموزش، دسترسی به وام و سرمایه، محیط‌های حمایتی، طرح‌های نوین از جمله طرح هادی
قادرمرزی و همکاران (۱۳۹۴)	توسعه کارآفرینی زنان	موانع اقتصادی و آموزشی
آس[۳۰] (۲۰۱۶)	فعالیت سیستمی	حمایت خدماتی، تکنولوژی، حمایت خدماتی و سازمانی، حمایت مالی و اعتباری، حمایت از کارآفرینی محیط دوست
بوسمن و همکاران (۲۰۱۸)	کارکرد ساختاری	ویژگی‌های کارآفرینان، امکانات، دولت، مهارت، آموزش الگوهای رفتاری
هیلینگ و گرهارد، (۲۰۲۰)	توسعه کارآفرینی با نگرش حمایتی	دولت، سرمایه مالی، ویژگی‌های فردی، تسهیلات حمایتی

[25] Sauer
[26] Hailing & Gerhard
[27] Connor
[28] Dobson
[29] Petridis & Gravely
[30] Aces

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.219.2]
[DOI: 10.61186/jgs.24.75.7]

با توجه به این مطالعات و دیگر پژوهش‌های انجام شده و همچنین شناخت ویژگی‌های طبیعی و انسانی شهرستان بهبهان؛ شاخص‌های مشخص شده در شکل (۴) به‌عنوان متغیرهای مستقل در این پژوهش موردبررسی قرار گرفته شده است. لازم به ذکر است که شهرستان بهبهان در جنوب شرقی استان خوزستان قرار گرفته است؛ و به دلیل شرایط خاص و مناسب آب‌وهوایی و وجود رودخانه‌های مارون و خیرآباد و همچنین داشتن خاک قابل‌کشت و حاصلخیز و منابع مختلف انرژی، امکانات مساعدی را برای گسترش فرصت‌های کارآفرینی فراهم کرده است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۷: ۴۲). این شهرستان همچنین به دلیل قرارگیری در یک موقعیت راهبردی (قرار داشتن میان سه استان بوشهر، کهگیلویه و بویراحمد و خوزستان) و نزدیکی به استان فارس دارای پتانسیل‌های بسیاری است. این در حالی است که وضعیت کارآفرینی در روستاهای منطقه موردمطالعه ناچیز و غیرقابل‌توجه بوده و در روستاهای این شهرستان شکل (۳)، میزان افرادی که دارای تحصیلات عالی و بیکار هستند؛ ۶۳۷۰ نفر (۱۸ درصد جمعیت کل روستاییان) است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۷: ۴۲). توجه به این نکته ضروری است که الگوی کلی کارآفرینی در مناطق روستایی شهرستان عمدتاً شکل بیرونی داشته که اغلب منافع حاصل از آن جذب مناطق روستایی نگردیده، بلکه به سرمایه‌گذارانی که عمدتاً از خارج شهرستان و استان می‌باشند، هدایت می‌گردد. بر اساس موارد بیان شده، اولین گام در طرح یک الگوی کارآفرینی کارآمد و پایدار به‌منظور ایجاد اشتغال و درآمد پایدار برای ساکنین و صیانت از محیط‌زیست این شهرستان، شناسایی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری فرصت‌های کارآفرینی منطقه می‌باشد تا بتوان بینش مفیدی در زمینه مطالعات کاربردی بیشتر در زمینه کارآفرینی روستایی و اجرای سیاستگذاری برنامه‌های توسعه‌ای در راستای بهبود توسعه پایدار نواحی روستایی این منطقه فراهم آورد.



شکل (۳). معرفی روستاهای موردمطالعه در بخش‌های مختلف شهرستان بهبهان

روش‌شناسی

پژوهش حاضر پیمایشی، توصیفی- تحلیلی و به لحاظ هدف کاربردی می‌باشد. گردآوری داده‌ها مبتنی بر مطالعات اسنادی و میدانی با ابزار پرسشنامه بوده است. در راستای تهیه ابزار گردآوری داده‌ها، از یکسو با واکاوی اسناد برنامه‌ریزی و توسعه شهرستان بهبهان و از سوی دیگر مبتنی بر تکنیک دلفی، طبق دیدگاه مدیران منطقه (مدیر جهاد کشاورزی و کارشناسان مربوطه، بخشداران مناطق، دهیاران، رئیس بانک‌ها و مسئولین مربوطه، شوراها) به‌عنوان کسانی که با منطقه آشنایی کامل دارند و روستائیان به‌عنوان کسانی که در منطقه زندگی می‌کنند و به‌طور مستقیم با مسائل و مشکلات بیکاری و وجود

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.219.2]
[DOI: 10.61186/jgs.24.75.7]

فرصت‌ها در منطقه درگیر هستند، در قالب پرسشنامه‌ای باز، اقدام شد. تعداد این خبرگان ۵۲ نفر بودند که به‌طور هدفمند با استفاده از روش گلوله برفی از بین ۲۷۹ نفر نمونه‌گیری شدند. در نتیجه در مجموع ۴ شاخص و ۲۸ گویه در قالب پرسشنامه‌ای بسته با استفاده از طیف لیکرت طراحی و به‌منظور پاسخگویی و تعیین اهمیت در اختیار پاسخگویان قرار گرفت. در این پژوهش، شناسایی و انتخاب موارد، به‌صورت تدریجی و بر مبنای نشانه‌هایی است که در جریان کسب داده‌ها به دست می‌آیند. برای این منظور در جریان مصاحبه‌ها از شرکت‌کنندگان خواسته می‌شد، افرادی را که به‌عنوان کارآفرین تشخیص می‌دهند و جهت انجام مصاحبه مناسب هستند، معرفی کنند. جامعه آماری روستاییان شهرستان بهبهان و خبرگان و کارشناسان شهرستان می‌باشد. حجم نمونه پاسخگویان روستایی ۳۸۷ نفر بود که با استفاده از فرمول کوکران رابطه (۱) از بین ۲۱۵۱۰۴ نفر تعیین گردید. با اضافه نمودن تعداد خبرگان به حجم نمونه، تعداد کل حجم نمونه، به ۴۳۹ افزایش یافت. برای انتخاب روستائیان در سطح شهرستان از نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی با انتساب متناسب استفاده شد. بدین طریق که به ترتیب سه بخش شهرستان، هر بخش یک دهستان و هر دهستان سه روستا و در هر روستا مبتنی بر انتساب متناسب تعداد نمونه تعیین و پرسشنامه‌ها به‌صورت تصادفی توزیع شدند.

$$n = \frac{Nt^2s^2}{Nd^2 + t^2s^2}$$ رابطه (۱)

روایی همگرای متغیر نهان پژوهش (شکل‌گیری فرصت‌های کارآفرینی) نیز از طریق میانگین واریانس استخراج شده[31] (۰/۸۷) که نشان دهنده ثبات درونی و روایی همگرای مناسب بود. ضریب آلفا کرونباخ برای متغیرهای اصلی پژوهش بین ۰/۶۹ تا ۰/۸۹ برآورد گردید که بیانگر پایایی قابل‌پذیرش پرسشنامه است. سنجش پایایی نیز از طریق یک دوره مصاحبه و پرسشگری در بخش‌های شهرستان تخمین زده شد. نحوه پراکنش پرسشنامه روستائیان (۳۸۷ مورد) در روستاهای شهرستان بهبهان با استفاده از فرمول کوکران در جدول (۲) آمده است. برای سنجش روایی ابعاد مربوط به هرکدام از متغیرها، از اساتید گروه جغرافیای طبیعی و انسانی دانشگاه تهران، ۴ تن از اساتید گروه آمار دانشگاه شهید چمران اهواز در تأیید نوع تحلیل آماری نهایی و ۱۹ کارشناس متخصص در زمینه کارآفرینی کمک گرفته شده و نظرات تخصصی آن‌ها در فایل نهایی پرسشنامه اعمال گردید.

جدول (۲). میزان ضریب آلفای کرونباخ برای تعیین پایایی شاخص‌ها و گویه‌های پژوهش

شاخص	ضریب پایایی	
	پرسشنامه کارآفرینان	پرسشنامه خبرگان
کشاورزی	۰/۸۱	۰/۷۹
گردشگری	۰/۶۹	۰/۷۳
صنعتی	۰/۸۴	۰/۸۹
سرمایه‌گذاری و حمایت دولت	۰/۷۸	۰/۸۱

برای درک و تحلیل نتایج پرسشنامه از تابع تولید ترانسندنتال و ترانسلوگ، که برای معادله‌های چندجمله‌ای که ضریب‌های آن نیز چندجمله‌ای باشد، استفاده شده است. به‌عبارت‌دیگر، این توابع فراتر از عملیات جبری عمل می‌کند، چرا که نمی‌توان آن را با دنباله‌ای از اعمال جبری بیان کرد. در واقع حاصل انتگرال نامعین بسیاری از توابع جبری، توابع ترانسندنتال و ترانسلوگ است، به همین جهت در مطالعاتی با متغیرهای فراوان کاربرد وسیعی دارند. در تحلیل‌های چند متغیره، این توابع بسیار قابل‌توجه هستند، زیرا باعث کاهش خطاهای بعدی می‌شوند (کوربت[32]،۲۰۰۷: ۱۱۸-۹۷؛

[31] Average extracted variance
[32] Corbett

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.219.2]
[DOI: 10.61186/jgs.24.75.7]

دنرل[۳۳]، ۲۰۰۳: ۹۹۰-۹۹۷). به‌طور مثال، تابع ترانسلوگ که در سال ۱۹۶۷ برای تقریب عملکرد تولید با سری مرتبه دوم تیلور، معرفی شد، به مانند ،ابطه (۲) تابع تولید را با ترکیب عوامل محاسبه می‌کند.

رابطه (۲)

$$LnY = \ln A_3 + \alpha_3 \cdot \ln K + \beta_3 \cdot \ln L + \chi_3 \cdot \ln^2 (K / L)$$

که در آن:

Y= متغیر وابسته، ln= عدد ثابت K = لگاریتم طبیعی،

L= متغیر مستقل و A3, α3, β3, γ3= پارامترهای تخمینی هستند.

نتایج و بحث

در توصیف شرکت‌کنندگان، لازم است اشاره شود که توزیع سنی پاسخ‌گویان بین ۱۸ سال تا ۵۷ و بالاتر بود. اکثر پاسخ‌گویان بین سنین ۳۷- ۲۸ سال (۴۶/۳ درصد) قرار داشتند. ۱۳/۴ درصد از آن‌ها نیز تحصیلات زیردیپلم، ۳۳/۳ دیپلم، ۱۰ درصد فوق‌دیپلم، ۳۰ درصد لیسانس، ۱۳/۳ درصد فوق‌لیسانس و دکتری داشتند. در میان مدیران روستایی نیز، مسئولان پست‌بانک‌ها، رئیس بانک‌ها، مسئولان اعتبارات بانک کشاورزی دارای بیشترین تعداد پاسخگو (۴۶/۷) و دهیاران و کشاورزان (۳۶/۷ درصد) در رتبه دوم قرار داشتند. همچنین بیشترین تعداد کارآفرینان در بخش کشاورزی (کشت گستره‌ی توت‌فرنگی، کشت گسترده‌ی گل نرگس، کشت‌های گلخانه‌ای: ۵۶/۷ درصد) و صنعت ۲۶/۷ درصد مشغول بودند. همچنین اکثر پاسخ‌گویان روستایی را مردان تشکیل داده است (۷۶/۷ درصد)؛ و ۲۳/۳ از پاسخ‌گویان را زنان مدیر روستایی تشکیل می‌دهند و شاید این موضوع نشان از پررنگ شدن نقش زنان در روستاهای موردمطالعه است. کارآفرینان روستایی به تعداد ۳۸۷ نفر (کشت توت‌فرنگی، کاشت گیاهان دارویی، کشت قارچ، پرورش دام و طیور، کشت صیفی‌جات گلخانه‌ای، صنایع‌دستی، خیاطی، حله‌بافی، کپوبافی، گیوه‌بافی، آشپزخانه، تابلوفرش، صادرات نفت، شرکت سنگ‌شکن، کارخانه سبدسازی) و هیئت خبرگان (مدیر جهاد کشاورزی و کارشناسان مربوطه، بخشداران مناطق، دهیاران، رئیس بانک‌ها و مسئولین مربوطه و شوراها) ۵۲ پرسشنامه را تکمیل نمودند. پرسشنامه کارآفرینان از بین ۳۲ روستا از روستاهای منطقه به‌عنوان روستاهای نمونه توزیع و جمع‌آوری گردید شکل (۳).

جدول (۳). تعداد پاسخ‌دهندگان در روستاهای شهرستان بهبهان

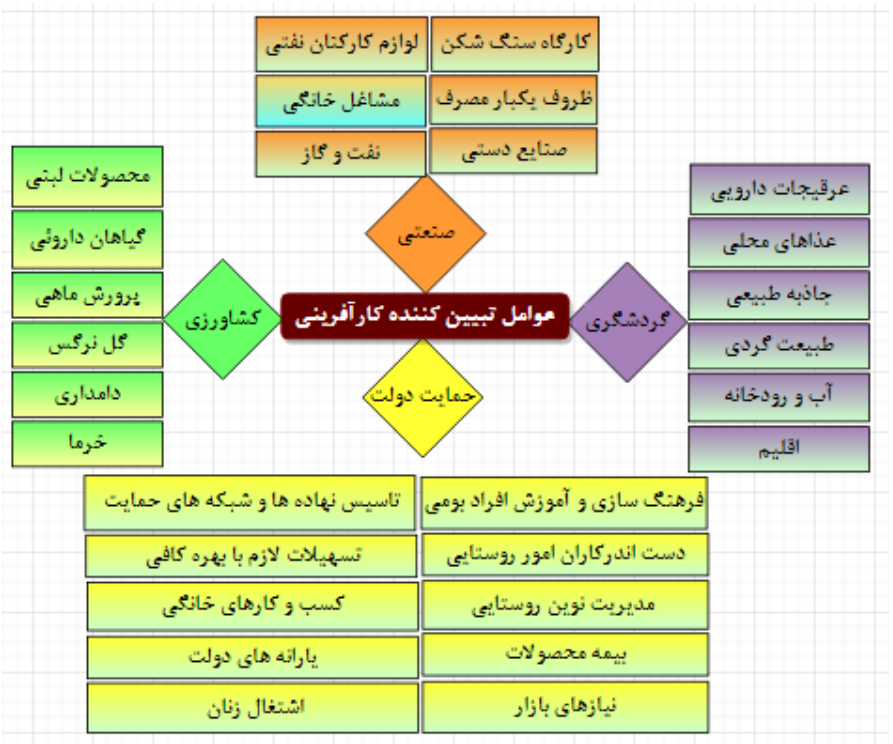
روستا	فروانی	درصد	روستا	فروانی	درصد
قلعه کعبی	۱۵	۴	آب امیری	۳	۰.۸
اسلام‌آباد	۶	۱.۶	بیدبلند	۵	۱.۳
محمودآباد	۳	۰.۸	بیدزرد	۵	۱.۳
چم	۵	۱.۳	پیازکار	۳	۰.۸
درونک	۱۰	۲.۶	شهرک وحدت	۱۰	۲.۶
لنگیر علیا	۶	۱.۶	قلعه سید	۱۳	۳.۴
لنگیر وسطی	۳	۰.۸	اسلام‌آباد سفلی	۴۴	۱۱.۶
چشمه مراد	۳	۰.۸	خیرآباد	۱۱	۲.۹
شاه پیرآباد	۱۰	۲.۶	قالند علیا	۱۲	۳.۲
ویسی گل زرد	۱۳	۳.۴	قالند وسطی	۱۰	۲.۶
حیات آباد	۴	۱.۱	قالند سفلی	۹	۲.۴
تأکائیدی	۴	۱.۱	شهروریی	۲۶	۶.۹
یجک	۲	۰.۵	دودانگه بزرگ	۲۰	۵.۳

[33] Denrell

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.219.2]
[DOI: 10.61186/jgs.24.75.7]

شهرک سرحد عدالت	۲	۱.۱	دودانگه کوچک	۸	۲.۱
شهرک مطهری	۱۰	۲.۶	کردستان کوچک	۶	۱.۶
آل طیب	۸	۲.۱	کردستان بزرگ	۷۸	۲۳
کل				۳۸۷	۱۰۰

شاخص فرصت‌های کارآفرینی منطقه به ۴ مؤلفه‌ی کشاورزی، گردشگری، صنعتی، سرمایه‌گذاری و حمایت دولت تقسیم شد. این شاخص‌ها و گویه‌های مربوط به آن‌ها در طرحواره شکل (۳) آمده است. برای سنجش نظر شرکت‌کنندگان در مصاحبه در ارتباط با میزان تأثیر هرکدام از عوامل و گویه‌های مؤثر در شکل‌گیری فرصت‌های کارآفرینی، از طیف پنج سطحی لیکرت (۱=کاملاً مخالف،۲=مخالف، ۳= نسبتاً موافق، ۴= موافق و ۵= کاملاً موافق) استفاده شده است.



شکل (۴). طرحواره شاخص‌ها و گویه‌های تبیین کننده شکل‌گیری فرصت کارآفرینی

نتایج آزمون t تک نمونه آزمون برای تمامی شاخص‌های موردبررسی در سطح اطمینان بالای ۹۵ درصد معنی‌دار می‌باشد و نظر به اینکه اختلاف میانگین مشاهده شده مقدار مفروض (۳/۱) مثبت می‌باشد، لذا از نظر آماری می‌توان گفت از نظر روستاییان موردمطالعه، میزان تأثیرگذاری این شاخص‌ها مثبت است جدول (۴). همچنین سطح معناداری و اختلاف میانگین کمتر از ۲ تمامی شاخص‌ها از لحاظ آماری قابل‌قبول می‌باشد.

جدول (۴). آماره‌های ارزیابی شاخص‌های تبیین کننده فرصت‌های کارآفرینی در شهرستان بهبهان

Test Value = 3.1					
T	درجه آزادی	سطح معناداری	اختلاف میانگین	فاصله ۹۵ درصد اطمینان	
				سطح پایین	سطح بالا
فرصت‌های گردشگری					
۲۳/۱۶۷	۳۷۷	۰/۱	۰/۵۲۲۱۳	٪۴۷۷۸	٪۵۶۶۵

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.219.2]
[DOI: 10.61186/jgs.24.75.7]

فرصت‌های کشاورزی					
-۱/۰۸۶	۳۷۷	.۰/۰۲	-۰/۰۳۲۳۹	-۰/۰۹۱۰	۰/۰۲۶۲
فرصت‌های دامداری و محصولات لبنی					
۱۶/۵۲۵	۳۷۷	۰/۰۰۱	۰/۶۱۳۷۶	۰/۵۴۰۷	۰/۶۸۶۸
فرصت‌ها در زمینه پرورش ماهی و گیاهان دارویی					
-۱۹/۹۸۶	۳۷۷	۰/۰۱	-/۸۴۰۰۸	-/۹۲۲۷	-/۷۵۷۴
فرصت‌های در بخش صنعتی					
-۱۸/۰۳۶	۳۷۷	۰/۰۰۲	-۰/۵۰۰۱۳	-۰/۵۵۴۷	-۰/۴۴۵۶
فرصت در بخش صنایع					
۴۵/۱۹۱	۳۷۷	۰/۰۵	۱/۶۲۶۱۹	۱/۵۵۵۴	۱/۶۹۶۹
فرصت در بخش‌های صنایع‌دستی و خانگی					
۱۱/۲۶۸	۳۷۷	۰/۰۰۰۸	۰/۴۳۸۳۶	۰/۳۶۱۹	۰/۵۱۴۹
میزان سرمایه‌گذاری دولت در کارآفرینی					
-۱۵/۲۹۲	۳۷۷	۰/۰۰۶	-۰/۵۱۷۳۳	-۰/۵۸۳۸	-۰/۴۵۰۸
اقدامات حمایتی دولت در کارآفرینی					
-۱۶/۷۴۵	۳۷۷	۰/۰۳	-۰/۴۹۱۸۳	-۰/۵۴۶۹	-۰/۴۳۴۱

پس از آزمون معناداری شاخص‌ها، برای تبیین مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر شکل‌گیری فرصت‌های کارآفرینی، گویه‌های مختلف شاخص‌های کارآفرینی با کمک توابع تولید ترانسلوگ و ترانسندنتال با هم ترکیب می‌شوند.

- **تابع ترانسندنتال**

رابطه (۳)

$$\prod_{i=1}^{13} \boldsymbol{ln\ Intrepreneursh}$$
$$= (0.33 * log \prod_{i=4}^{8} \text{date} + 0.28 \log \alpha - 1) + \left(0.87 * (log\ \alpha - 1) - \prod_{i=7}^{12} \text{oil} * \text{gas} + 2.1 * log\ date - 1\right)$$
$$+ \prod_{i=7}^{12} \text{herb} + log\ date * 4.2 - 1\ (\log \beta - \prod_{i=1}^{4} \text{edu} * 3.1) + \log training$$
$$* \left(\prod_{i=1}^{12} training + 4 - 1.2 * log\beta - 0.33 * log\alpha \prod_{i=4}^{8} \text{domestic} + 0.28 \log(\alpha - 1)\ \ raining\right.$$

+ تراسندنتال با کمک توابع شدند. 3131313131313131313131313131313131313131313131313131313131313131313131313131313131

$$+ (\log \beta * \prod_{i=1}^{11} subsidy) + \prod_{i=7}^{12} \text{facilities} + log\ susidy - (\log \beta - \prod_{i=1}^{4} \text{edu} * 4.8 - \log \text{handicraft}) + (\prod_{i=1}^{13} gas$$
$$* (log\alpha - 4.2) - \prod_{i=7}^{12} \text{investment} + - \prod_{i=7}^{12} \text{insurance} + log\ date - (\log \beta - \prod_{i=1}^{4} insurance + 1.2 * \ln trainingl$$
$$+ (\prod_{i=1}^{11} women\ employment * 0.34 + \sum_{i=1}^{10} insurance - \log handicraft) + (1.3 * \prod_{i=1}^{13} \text{narcissus})$$
$$- \prod_{i=7}^{12} \text{herb} + log\ date + 3.1\ (0.2 * \log \beta - \prod_{i=1}^{4} \text{narcissus} - 1)$$

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.219.2]
[DOI: 10.61186/jgs.24.75.7]

- **تابع ترانسلوگ**

رابطه (۴)

$$\boldsymbol{ln\ \ Intrepreneursh} = (1.3 * \ln\ insurance - ln\ \ handicraft) * 1.56 + (\ln susidy * (-1.9) + 1) + (0.434 * \ln\ oil\ \&\ ) + (\ln training * \ln date\ + 2.4 * \ln narcissus) + (lndate * 1.3 - 4.2 * \ln subsidy + (3 * ln\ herb * \ln domestic - 5.2 + \ln women\ employment * 4.9) + (0.4 * \ln herb - 0.2) * \ln\ \text{subsidy} + 2.4) + (\ln\ herb * \ lnhanicraft + 0.2) * (\ln insurance - 2) + (\ ln\ facilities * 5.9) * (1.9 * \ln\ herb - \ln\ \ facilities + 2) - \ln\ \ training * 1.7 + \ln\ \ subsidy + 4.4$$

در این توابع تولید روابط (۳ و ۴)، insurance= بیمه، women employment= اشتغال زنان، herb= گیاهان داروئی، date= خرما، oil& gas= گاز و نفت، handicraft= صنایع‌دستی، domestic= مشاغل خانگی، training= آموزش، facilities= تسهیلات، investment= سرمایه‌گذاری دولتی و subsidy= یارانه‌های دولتی در مدل وارد شده‌اند که نشان از اهمیت این گویه‌ها می‌باشد. بنابراین گویه‌های ذکر شده، از مهم‌ترین فرصت‌های کارآفرینی در شهرستان بهبهان می‌باشد. چرا که در هر دوی این مدل‌ها، این گویه‌ها وارد شده‌اند. برای شناسایی بهترین تابع تولید تبیین کننده عوامل مؤثر، از آماره‌های ارزیابی در جدول (۵) استفاده می‌شود.

جدول (۵). آماره‌های ارزیابی توابع تولید ترانسلوگ و ترانسندنتال در شکل‌گیری فرصت‌های کارآفرینی

گویه	آماره‌های ارزیابی توابع تولید							
	تابع ترانسلوگ				تابع ترانسندنتال			
	R^2	$(B-1)/S_e$	Sig	t	R^2	$(B-1)/S_e$	Sig	t
بیمه	۰/۶۶*	۱/۷۱	۰/۰۰۰۳	۲/۶۳	۰/۹۶**	۱/۷۴	۰/۰۰۴	۲/۲۰
خرما	۰/۶۹**	۱/۶۴	۰/۰۰۱	۳/۵۴	۰/۷۳**	۱/۶۹	۰/۰۰۵	۲/۴۱
گاز و نفت	۰/۷۳*	۱/۸۵	۰/۰۰۰۴	۲/۶۷	۰/۷۷*	۱/۸۹	۰/۰۰۱	۲/۲۴
آموزش	۰/۶۷*	۱/۸۸	۰/۰۰۰۱	۳/۳۱	۰/۷۲**	۱/۹۴	۰/۰۰۴	۲/۴۱
صنایع‌دستی	۰/۶۱*	۱/۷۵	۰/۰۰۰۳	۲/۹۸	۰/۸۶*	۱/۸۶	۰/۰۰۱	۲/۱۷
مشاغل خانگی	۰/۷۴**	۱/۵۱	۰/۰۰۴	۲/۶۹	۰/۷۹**	۱/۶۷	۰/۰۰۵	۲/۲۱
گیاهان داروئی	۰/۵۸*	۱/۴۳	۰/۰۰۰۲	۳/۳۹	۰/۷۳*	۱/۶۲	۰/۰۰۱	۲/۲۴
یارانه دولتی	۰/۶۸**	۱/۷۸	۰/۰۰۱	۲/۷۶	۰/۹۷*	۱/۸۴	۰/۰۰۱	۲/۱۳
تسهیلات دولتی	۰/۸۹**	۱/۸۵	۰/۰۰۶	۲/۴۳	۰/۹۶*	۱/۹۱	۰/۰۰۰۱	۲/۱۴
سرمایه‌گذاری دولتی	۰/۹۵*	۱/۷۶	۰/۰۰۰۵	۲/۵۹	۰/۹۷*	۱/۸۹	۰/۰۰۱	۲/۱۱

* ضریب همبستگی در سطح کمتر از ۱ درصد معنادار بوده و به‌صورت دو دامنه موردبررسی قرار گرفته‌اند.

** ضریب همبستگی در سطح کمتر از ۵ درصد معنادار بوده و به‌صورت دو دامنه موردبررسی قرار گرفته‌اند.

مقایسه آماره ارزیابی R^2 در دو تابع نشان می‌دهد که میزان همبستگی گویه‌های تعریف‌شده در شکل‌گیری فرصت‌های کارآفرینی در مدل ترانسندنتال بالاتر از ترانسلوگ می‌باشد. همچنین برای تمامی گویه‌ها، آماره مقایسه با خط یک‌به‌یک ($(B-1)/S_e$) در مدل ترانسندنتال به عدد ۲ نزدیک‌تر می‌باشد، که نشان از برتری مدل ترانسندنتال می‌باشد. همچنین مطابق آماره‌های ارزیابی ضریب تعیین چندگانه و ضریب تعیین تعدیل شده در جدول (۴)، مدل ترانسندنتال ارزیابی بهتری از

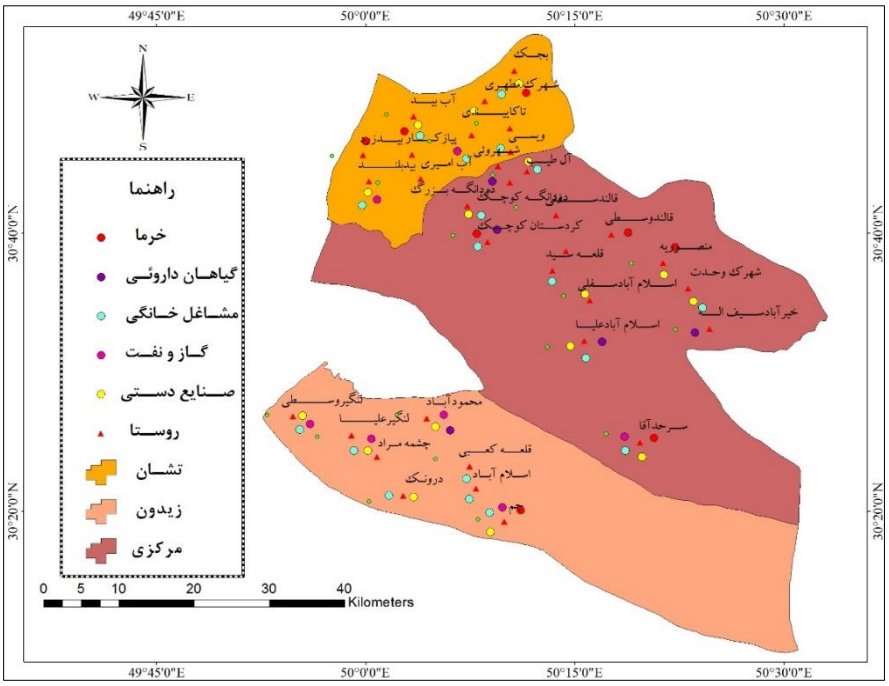
[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.219.2]
[DOI: 10.61186/jgs.24.75.7]

شکل‌گیری فرصت‌های کارگزینی دارد. خطای استاندارد باقیمانده که نیز یکی از آماره‌های مهم در ارزیابی توابع تولید است، در مدل ترانسندنتال مقدار کمتری دارد؛ بنابراین با توجه به میزان ضریب تعیین تعدیل شده مدل ترانسندنتال، می‌توان بیان کرد که متغیرهای مستقل مدل، ۹۳ درصد در تبیین فرصت‌های کارآفرینی مؤثرند.

جدول (۶). مقایسه آماره‌های ارزیابی توابع تولید ترانسلوگ و ترانسندنتال

آماره‌های ارزیابی توابع تولید ترانسلوگ و ترانسندنتال			
آماره	**ضریب تعیین چندگانه**	**ضریب تعیین تعدیل شده**	**خطای استاندارد باقیمانده**
تابع ترانسندنتال	۰/۹۳	۰/۸۸	۰/۰۰۰۳
تابع ترانسلوگ	۰/۸۹	۰/۸۳	۰/۰۰۰۵

نتایج حاصل از تحلیل مدل ترانسندنتال نشان می‌دهد که در میان شاخص‌ها و گویه‌های مرتبط؛ یارانه دولتی، سرمایه‌گذاری دولتی، تسهیلات دولتی، بیمه محصولات و آموزش به ترتیب با ضریب همبستگی؛ ۰/۹۷، ۰/۹۷، ۰/۹۶، ۰/۹۶ و ۰/۷۲ مهم‌ترین عوامل مؤثر بر شکل‌گیری فرصت‌های کارآفرینی در شهرستان بهبهان می‌باشد. همچنین صنایع‌دستی، مشاغل خانگی، نفت و گاز، گیاهان داروئی و خرما به ترتیب مهم‌ترین زمینه‌های ایجاد کارآفرینی می‌باشند. برای تبیین بهتر مکانی با توجه به نتایج پرسشنامه‌ها، در شکل (۴) پراکنش جغرافیایی فرصت‌های خلق کارآفرینی در روستاهای شهرستان بهبهان به نقشه درآمده است. با توجه به این نقشه، صنایع‌دستی و مشاغل خانگی بالاترین میزان پراکنش را در سطح شهرستان داشته‌اند. تقریباً در تمامی روستاها و بخش‌ها امکان شکل‌گیری این کارآفرینی‌ها وجود دارد. شکل‌گیری فرصت کارآفرینی گیاهان داروئی در روستاهای دودانگه بزرگ، کردستان کوچک، سیف اله، اسلام‌آباد علیا و محمودآباد دیده می‌شود. گاز و نفت نیز بیشتر در قسمت شمال غرب و جنوب شهرستان فرصت کارآفرینی دارند. فرصت برای ایجاد کارآفرینی‌های مربوط به خرما نیز بیشتر در بخش مرکزی و تشان پراکنده شده است.



شکل (۵). پراکنش جغرافیایی فرصت‌های خلق کارآفرینی در روستاهای شهرستان بهبهان

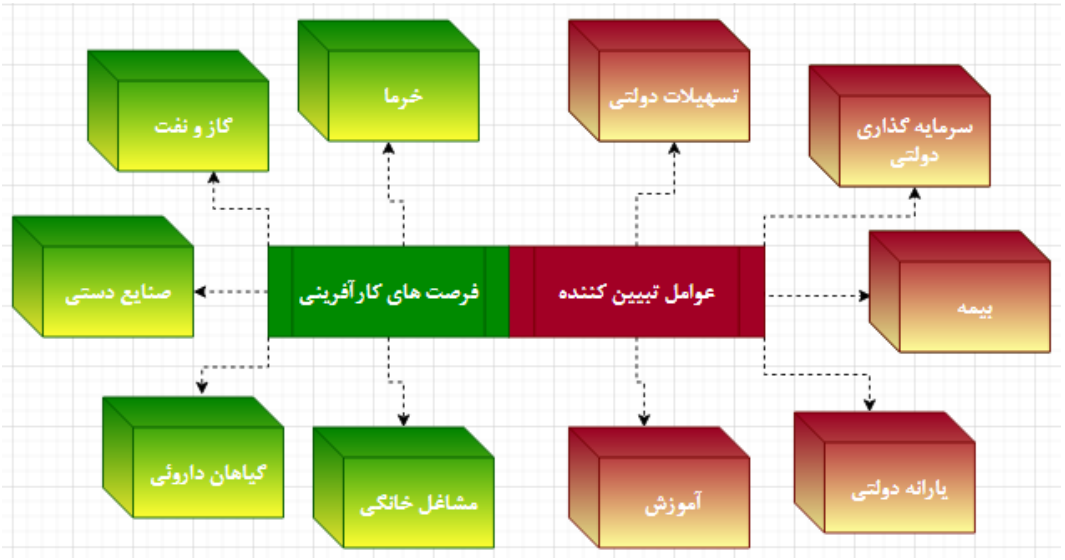
[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.219.2]
[DOI: 10.61186/jgs.24.75.7]

نتیجه‌گیری

بررسی‌ها نشان می‌دهد پایین بودن میزان آشنایی روستاییان با زمینه‌های اولیه‌ی کارآفرینی بـه عوامل متعددی مربوط می‌باشد که از آن جمله می‌توان به شرایط خاص محیط‌های روستایی از جمله انـزوای جغرافیـایی، محرومیـت، محـدودیت فرصت‌ها و امکانات و خدمات اولیه و ضروری زیربنایی و ارتباطی اشاره کرد (فانگ و زاهو، ۲۰۱۸: ۱۰۸۰-۱۰۸۴؛ گان و همکاران؛ ۲۰۰۸؛ ۱۰۲-۹۳، صفری و میرزایی، ۱۳۹۳: ۱۴۷-۱۳۱). در مطالعات مربوط به عوامل انـزوای جغرافیـایی، عامل محرومیـت، به‌عنوان عوامل محدودکننده شکل‌گیری فرصت‌های کارآفرینی در روستاها اشاره شده است. هـمچنین در چارچوب الگوی فرایندی کارآفرینی (فرایند سیستمی) می‌توان گفـت کـه در نواحی روستایی شهرستان بهبهان، به لحاظ شرایط خاص محیطی و محدودیت توانایی‌های فردی ، شرایط اولیه و لازم برای توسعه کـارآفرینی وجـود نـدارد. بنابراین مؤلفه آموزش و توانمندسازی اهمیت دوچندانی در منطقه موردمطالعه را دارد. هم‌چنین آموزش روستاییان مستعد با مهارت‌های مختلف کارآفرینی نیز در تحقق این مهم اهمیت زیادی دارد. زیـرا هرچند در گذشته افرادی می‌توانستند حتـی در محـیط‌هـای روسـتایی بـدون گذرانـدن دوره‌های خاص و صرفاً با تأکید بر دانش بومی موجود در این نواحی، کارآفرینی داشته باشند، ولی امروزه ازیک‌طرف با از بین رفتن این دانش در روسـتاها و از طرف دیگر متفاوت بودن زمینه‌های کارآفرینی در شـرایط امـروزی بـا گذشـته، ضرورت آموزش مهارت‌های مرتبط با کارآفرینی را اجتناب‌ناپذیر می‌کند. مطالعات (فتاحی و طباخبان، ۱۳۹۵: ۱۷۳-۱۵۱، گارا[۳۴] و رنچهود[۳۵]، ۲۰۱۵: ۵۴۷-۵۶۱؛ هانسن[۳۶] و همکاران؛ ۲۰۱۹: ۳۰۴-۲۸۳؛ لی[۳۷]، ۲۰۱۸: ۵۷۳-۵۸۶). از مسئله آموزش به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر فرصت‌های کارآفرینی و شکل‌گیری آن پرداخته‌اند. آموزش آن دسته از روستاییان که دارای زمینه‌های هرچند اندک برای کارآفرینی هـستند، اولویـت دارد. زیرا نمی‌توان انتظار داشت که همه‌ی مردم روستایی کارآفرین باشند. در واقع اگر همان نسبت اندکی که در ناحیه‌ی موردمطالعه و بـر طبـق یافته‌های تحقیـق دارای زمینه‌های هرچند اندک اولیه برای کارآفرینی هستند یا با برخی از مهارت‌های لازم در این خصوص آشنایی دارند، موردتوجه قرار گیرند؛ می‌توان بـه تقویـت کـارآفرینی در نواحی روستایی این شهرستان امیدوار بود؛ بنابراین آماده‌سازی محیط اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی نواحی روسـتایی به‌صورت تأمین تسهیلات و افزایش دسترسی روستاییان به امکانات و خدمات مختلف مانند بیمه و یارانه‌های دولتی می‌تواند در بروز کارآفرینی بسیار مهم و تأثیرگذار باشد. برای تقویت کارآفرینی در این نواحی روستایی، همچنین سرمایه‌گذاری‌های دولتی و تشویق کارآفرینان غیر روستایی با توجه به امکانات و زمینه‌های مرتبط بـا کـارآفرینی در این نواحی می‌تواند بسیار نقش‌آفرین باشد. این راهبرد در کوتاه‌مدت مناسب بوده و می‌تواند در ترویج کارآفرینی روستایی بسیار مؤثر باشد. پژوهش‌های (مارسدن[۳۸] و اسمیت[۳۹]، ۲۰۰۵: ۴۴۰-۴۵۱؛ منگاس[۴۰] و اوزن[۴۱]،۲۰۱۵؛۴۳۸-۴۳۰). نقش حمایت و سرمایه‌گذاری دولت در پیشبرد فرصت‌های کارآفرینی را به‌عنوان سکوی پرتاب در این زمینه، نامیده‌اند. ضروری است بیان شود که نکته قابل‌توجهی که این مطالعه را با دیگر مطالعات متفاوت می‌سازد، نقشه پراکنش مکانی فرصت‌های کارآفرینی در بخش‌های مختلف شهرستان می‌باشد. برای تبیین و نمایش بهتر عوامل مؤثر بر شکل‌گیری کارآفرینی و فرصت‌های مهم برای کارآفرینی در نواحی روستایی شهرستان بهبهان طرح‌واره ذیل در شکل (۶)، ارائه می‌شود.

[34] Gurău
[35] Ranchhod
[36] Hansen
[37] Lee
[38] Marsden
[39] Smith
[40] Menguc
[41] Ozanne

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.219.2]
[DOI: 10.61186/jgs.24.75.7]



شکل (۶). طرح‌واره عوامل مؤثر بر شکل‌گیری کارآفرینی و فرصت‌های مهم کارآفرینی در نواحی روستایی شهرستان بهبهان

منابع

ایزدی حسن؛ برزگر، سپیده. (۱۳۹۲)، کارآفرینی و توسعه روستایی؛ آموزه‌هایی از تجارب کشور چین، فصلنامه پژوهش‌های روستایی، ۴(۴) ، ۹۰۱-۹۱۸.

حسینی سید مرتضی؛ منشی‌زاده رحمت‌الله؛ رضویان محمدتقی و مرید سادات، پگاه. (۱۳۹۸). بررسی موانع توسعه پایدار اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی با رویکرد کارآفرینی (مطالعه موردی :شهرستان کیار -استان چهارمحال و بختیاری)، فصلنامه علمی پژوهشی نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، ۱۲(۱).

ذبیحی محمدرضا و مقدسی علیرضا. (۱۳۸۵). کارآفرینی از تئوری تا عمل. چاپ اول، انتشارات جهان فردا، مشهد.

ذبیحی محمدرضا و مقدسی علیرضا. (۱۳۸۸). کارآفرینی از تئوری تا عمل. انتشارات جهان فردا.

رستمی مرضیه؛ فیض بخش، علیرضا. (۱۳۹۱). ارائه گونه شناسی از فرصت‌های کارآفرینی بر اساس منشأ و فرایند شکل‌گیری آن‌ها، فصلنامه علوم مدیریت ایران، ۲۷(۷)، ۱-۳۲.

رضایی بیژن، نجف‌پور هدی، نادری نادر. (۱۳۹۶). موانع و راهکارهای توسعه کارآفرینی سبز در شهرستان کرمانشاه، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، ۶(۲)، ۵۹- ۷۸.

رضوانی محمدرضا و نجار زاده محمد. (۱۳۸۷)، بررسی و تحلیل زمینه‌های کارآفرینی روستاییان در فرایند توسعه نواحی روستایی مطالعه موردی: دهستان براآن جنوبی (شهرستان اصفهان)، توسعه کارآفرینی، ۱(۲): ۱۶۱- ۱۸۲.

رضوانی محمدرضا و نجازاده محمد. (۱۳۸۷). بررسی و تحلیل زمینه‌های کارآفرینی روستاییان در فرایند توسعه‌ی نواحی روستایی مطالعه موردی: دهستان براآن جنوبی شهرستان اصفهان. توسعه کارآفرینی، ۲(۱): ۱۶۱.

رضوانی، محمدرضا (۱۳۹۰). برنامه‌ریزی توسعه روستایی در ایران، نشر قومس، چاپ پنجم، تهران.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.219.2]
[DOI: 10.61186/jgs.24.75.7]

رکن‌الدین افتخاری عبدالرضا؛ سجاسی قیداری حمداله و رضوی سیدحسن. (۱۳۸۹). راهبردهای توسعه کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی: مطالعه موردی روستاهای شهرستان خدابنده، فصلنامه روستا و توسعه، ۱۳(۳): ۱-۲۹.

صفری سعید محمد؛ میرزایی بافقی ملیحه. (۱۳۹۳). شناسایی و اولویت‌بندی فرصت‌های کارآفرینانه در صنعت گردشگری شهرستان یزد، فصلنامه مطالعات گردشگری، ۹(۲۶): ۱۳۱-۱۴۷.

فتاحی حمیدرضا؛ طباخبان ندا. (۱۳۹۵). بررسی نقش سیاست‌های دولت در بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه، فصلنامه سیاست‌های مالی و اقتصادی، ۴(۱۶): ۱۵۱-۱۷۳.

فراهانی حسین؛ الوندی مینا. (۱۳۹۹) تبیین چالش‌های کارآفرینی کسب‌وکارهای کوچک روستایی مطالعه موردی روستاهای شهرستان بیجار. نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی. ۲۰ (۵۸): ۱۱۹-۱۰۵.

قادرمرزی حامد؛ جمشیدی علیرضا؛ جمینی داود و نظری‌سرمازه حمید. (۱۳۹۴). شناسایی موانع توسعه کارآفرینیِ زنان روستایی (مطالعه موردی: دهستان شلیل شهرستان اردل)، برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۵ (۱۷): ۱۰۳-۱۱۸.

قنبری سیروس؛ دهقان محمدحسین و حسین میرکی اناری. (۱۳۹۶). اولویت‌بندی مکانی توسعه کارآفرینی با تأکید بر صنایع تبدیلی کشاورزی در مناطق روستایی با بهره‌گیری از مدل ویکور. مطالعه موردی :دهستان حسین آبا شهرستان انار، مجله آمایش جغرافیایی فضا، فصلنامه علمی -پژوهشی دانشگاه گلستان، ۷(۲۶).

کریم زاده حسین؛ نیکجو محمدرضا؛ میر ستار صدر موسوی و حسین کوهستانی. (۱۳۹۱)، شناسایی عوامل مؤثر در ایجاد فرصت‌های کارآفرینی در بخش گردشگری نواحی روستایی با استفاده از مدل معادلات ساختاری (SME)، جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی ۲۵ (۲): ۲۶۹-۲۹۰.

مرکز آمار ایران. (۱۳۹۷)، ۴۲.

ممیز آیت اله عباسی مهدی؛ قاسمی سیده عاطفه. (۱۳۹۱) آینده فرصت‌های کارآفرینی در حوزه زمین‌گردشگری مطالعه موردی؛ منطقه جلفا. نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی. ۱۲ (۲۶): ۲۲-۷.

ورکیانی پور نفیسه؛ حسینی سید محمدرضا؛ سمیعی روح‌الله و اشرفی مجید. (۱۳۹۹) مدل‌سازی کارآفرینی زنان شهری بر اساس زنجیره ارزش کارآفرینی با رویکرد توسعه پایدار اجتماعی در استان گلستان. نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی. ۲۰ (۵۸): ۱۶۱-۱۳۹.

Aces, Z. J., Serb L., Audio E. (2016). Enhancing Entrepreneurship Ecosystems. A “Systems of Entrepreneurship” Approach to Entrepreneurship Policy. In: Global Entrepreneurship and Development Index 2015”, Springer Briefs in Economics. Springer, Cham, 2(11), 6.

Allen, J.C., and Malin, S. (2008). Green entrepreneurship: a method for managing natural resources? Society and Natural Resources, 21(9): 828-844.

Bosman, N & Schutjens, V. (2018). Understanding regional variation in entrepreneurial activity and entrepreneurial attitude in Europe, The Annals of Regional Science, 47(3), 711-742.

Buenstorf, G. (2007). Creation and pursuit of entrepreneurial opportunities: An evolutionary economics perspective. Small Business Economics, 28(4), 323-337.

Chel, J, Endelman, B, Miller, D, J , Hole, J. (1991). Entrepreneurial discovery and the competitive market process, Entrepreneurship and Development, 76 (342), 278-285.

Chelly, A. (2011). Searching for Opportunities and Opportunity Discovery: an Extension of Bhave's. In ICSB World Conference Proceedings, 1-23.

Connor, A. (2013). A conceptual framework for entrepreneurship education policy: Meeting government and economic purposes, journal of Business Venturing, 28(61), 546-593.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.219.2]
[DOI: 10.61186/jgs.24.75.7]

Corbett, A. C. (2007). Learning asymmetries and the discovery of entrepreneurial opportunities. Journal of business venturing, 22(1), 97-118.

Denrell, J., Fang, C., & Winter, S. G. (2003). The economics of strategic opportunity. Strategic Management Journal, 24(10), 977-990.

Dobson, B, Malkin,., Matthews, A, Pate, K, & Stickle, S. (2003). Mapping rural entrepreneurship. Washington, DC: Corp. for Enterprise Development, 20(1), 4.

D'Souza, C., Taghian, M., Lamb, P., & Peretiatkos, R. (2006). Green products and corporate strategy: an empirical investigation. Society and business review, 1(2), 144-157.

Fung, A. & Zhao, J.,(2018), Changes in China's Media and Internet Technology: A Review Essay. International Journal of Communication, 2(5): 1080-1084.

Gan, C., Wee, H. Y., Ozanne, L., & Kao, T. (2008). Consumers' purchasing behavior towards green products in New Zealand. *Innovative Marketing*, *4*(1), 93-102.

Gurău, C., & Ranchhod, A. (2015). International green marketing: a comparative study of British and Romanian firms. *International marketing review*, *22*(5), 547-561.

Hailing, G. K., & Gerhard, M. (2020). European rural development. International Institute for Applied Systems Analysis, Ladenburg. Austria. 20(19), 2.

Hansen, D. J., Shrader, R., & Monllor, J. (2019). Defragmenting definitions of entrepreneurial opportunity. *Journal of Small Business Management*, 49(2), 283-304.

Juonez, T, Ivanesa, A. C. (1995). beyond creative destruction and entrepreneurial discovery: A radical Austrian approach to entrepreneurship, Organization Studies,28(4), 467-493.

Lee, K. (2018). Opportunities for Green Marketing: Young Consumers. Marketing Intelligence & Planning(26), 573-586.

Marsden, T., & Smith, E. (2015). Ecological entrepreneurship: sustainable development in local communities through quality food production and local branding. *Geoforum*, 36(4), 440-451.

Menguc, B., & Ozanne, L. K. (2005). Challenges of the "green imperative": A natural resource-based approach to the environmental orientation–business performance relationship. *Journal of Business Research*, 58(4), 430-438.

Milerr, L, & Toolus, H. (1986). the impact of environment and entrepreneurial perceptions on venture-creation efforts: Bridging the discovery and creation views of entrepreneurship. Entrepreneurship Theory and Practice,34(9), 833-856.

Nikolaou, E. I., Ierapetritis, D., & Tsagarakis, K. P. (2019). An evaluation of the prospects of green entrepreneurship development using a SWOT analysis. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 18(1), 1-16.

Nill, J., & Kemp, R. (2009). Evolutionary approaches for sustainable innovation policies: From niche to paradigm?. *Research policy*, *38*(4), 668-680.

Petridis, E & Gravely, N. (2008). rural women entrepreneurship within co-operatives: training support. Gender in management: an international journal, 24(14), 262.

Plummer, L. A., Haynie, J. M., & Godesiabois, J. (2017). An essay on the origins of entrepreneurial opportunity. *Small Business Economics*, 28(4), 363-379.

Polonsky, M. J. (2011). Transformative green marketing: Impediments and opportunities. *Journal of Business Research*, 64(12), 1311-1319.

Sauer, R. J. (1986). Agriculture and the rural community: opportunities and challenges for rural development, P.F. Iowa State University, Ames, IA, PP.1-11.

Sauer, R. J. (1986). Agriculture and the rural community: opportunities and challenges for rural development, P.F. Iowa State University, Ames, IA, 6.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.219.2]
[DOI: 10.61186/jgs.24.75.7]

Schaltegger, S., & Wagner, M. (2011). Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: categories and interactions. *Business strategy and the environment*, 20(4), 222-237.

Schumpeter, J.(1928). prospects of Green entrepreneurship as a driver for sustainable and inclusive economic growth in rural Ghana, 20th International Scientific Conference "Enterprise and Competitive Environment, 7(13), 39.

Shane, S., & Venkataraman, S. (2003). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.

Short, J. C., Ketchen Jr, D. J., Shook, C. L., & Ireland, R. D. (2019). The concept of "opportunity" in entrepreneurship research: Past accomplishments and future challenges, *Journal of Management*, 36(1), 40-65.

Votsi, N. E. P., Mazaris, A. D., Kallimanis, A. S., & Pantis, J. D. (2014). Natural quiet: An additional feature reflecting green tourism development in conservation areas of Greece. *Tourism Management Perspectives*, *11*, 10-17.

Wang, W. W., & Fan, C. C. (2006). Success or failure: selectivity and reasons of return migration in, China. *Environment and* Sichuan and Anhui *Planning A*, *38*(5), 939-958.

Wu, J.A, Palta, C, Wei, Y, Chen, X, Deng, D. (1998). Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach. Journal of economic Literature, 35(1), 60-85.

Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of business venturing*, 24(5), 519-532.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.219.2]

[DOI: 10.61186/jgs.24.75.7]