Kharazmi University

Space Economy and Rural Development

Online ISSN: 2588-476x
Homepage: https://khu.ac.ir

Analysis of the Development of SMEs in the Process of Transformation of Rural Innovation: An Approach to the Transition from the Economic Crisis (Case of Study: Kermanshah County)

Horieh Moradi✉

Department of Geography, Faculty of Literature and Humanities, Lorestan University, Khorramabad, Iran. E-mail: moradi.ho@lu.ac.ir

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:
Received 16 May 2024
Received in revised form 21 July 2024
Accepted 12 August 2024
Published online 21 September 2024

Keywords:
Entrepreneurship,
Rural innovation,
SMEs businesses,
Kermanshah County

ABSTRACT

Objective: by shaping the deep concept of the entrepreneurial process over time and transforming the understanding of how to transition from economic crises in growing countries, attention was paid to the development of SMEs by development thinkers. The economic crisis in geographical spaces causes various actions and reactions. If the economy is to project a picture of success in different areas, it is especially important to pay attention to the social economy and create competitive environments through the development of small spatial businesses in local communities. Therefore, the present research is aimed at "analyzing the development of SMEs in Iran in the process of transforming rural innovation" in a quantitative way to transition from economic crisis and understand the meaningful realities of business in local communities, which can be the basis for innovation and entrepreneurship.

Methods: This research adopts a descriptive-survey and applied method. The study population consists of 52 SME owners in the villages of Mian Darband, Posht Darband, and Bala Darband in Kermanshah County, which have experienced the highest destruction rates of new businesses (agriculture, animal husbandry, horticulture, greenhouses, and traditional industries) over the last 15 years. Data analysis was conducted using $SPSS_{20}$ software, and ArcGIS was used to create maps.

Results: The findings indicated that SMEs development variables contributed 371.72% to the rural innovation transformation process, affecting the acceptance or rejection of entrepreneurship in rural networks. Key factors include political tendencies (19.32%), knowledge-based technological forces (15.32%), competitiveness and economic improvement (11.12%), social demands and interactions (10.48%), demographic and production changes (10.08%), and institutional and environmental support (6.05%).

Conclusions: The development of micro, small and medium businesses has led to the two villages of Bala darband and Mian Darband becoming central places so that the spatial consequences of entrepreneurship can be seen in most of its parts. These two villages can have the ability to spread innovation and knowledge to other surrounding villages far from the city center.

Cite this article: Moradi, Horieh. (2024). Analysis of the Development of SMEs in the Process of Transformation of Rural Innovation: An Approach to the Transition from the Economic Crisis (Case of study: Kermanshah County). *Space Economy and Rural Development*, 13 (48), 15-38. http//doi.org/10.61186/serd.13.2.6

© The Author(s).

Publisher: Kharazmi University

DOI: http//doi.org/10.61186/serd.13.2.6

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.48.2.7]

[DOI: 10.61186/serd.13.2.6]

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

The development of micro, small, and medium-sized enterprises (SMEs) reflects the social acceptance of entrepreneurship and the political implications of its rise in various geographic areas. SMEs can significantly boost competition and local participation in regional economic development. According to the Economic Commission of the Islamic Council of Iran, entrepreneurship, particularly through SMEs, plays a vital role in economic recovery. Focusing on the development of SMEs in rural and local communities in Iran can lead to job creation, added value, and a reduction in unemployment. These businesses account for over 80% of Iran's companies and employ 19.3 million of the country's 24 million workers, representing 79% of total employment. Despite their importance, SMEs in Iran are in an unfavorable condition due to neglect, especially in rural areas, such as Kermanshah County, a key strategic region. According to the latest data from the Population and Housing Census Center (2015), this area has experienced the highest rate of unemployment and the destruction of SMEs over the past 15 years.

This research seeks to address the question: "How can the development of micro, small, and medium-sized businesses in local communities help overcome the economic crisis in Kermanshah County?" Specifically, it examines the spatial distribution of innovation in rural SMEs and their economic effects, such as access to capital and new markets, and how these factors impact the competitive advantage of rural products and the formation of business clusters in mitigating the economic crisis in the county.

Methods

This research adopts a descriptive-survey and applied method. The study population consists of 52 SME owners in the villages of Mian Darband, Posht Darband, and Bala Darband in Kermanshah County, which have experienced the highest destruction rates of new businesses (agriculture, animal husbandry, horticulture, greenhouses, and traditional industries) over the last 15 years. A census method was used for sampling. Field methods and questionnaires were employed to gather data from rural entrepreneurs, and the validity of the questionnaire was confirmed by Cronbach's Alpha test. Data analysis was conducted using $SPSS_{20}$ software, and ArcGIS was used to create maps.

Results

The factor analysis identified six infrastructure factors: "political tendencies of space," "knowledge-based technological forces," "competitiveness and economic improvement," "social interaction and demand forces," "demographic and production transformations," and "institutional and environmental support." The findings indicated that SMEs development variables contributed 371.72% to the rural innovation transformation process, affecting the acceptance or rejection of entrepreneurship in rural networks. Key factors include political tendencies (19.32%), knowledge-based technological forces (15.32%), competitiveness and economic improvement (11.12%), social demands and interactions (10.48%), demographic and production changes (10.08%), and institutional and environmental support (6.05%).

Conclusion

In Mian Darband and Bala Darband, the highest concentration of SMEs, industrial training centers, and specialized personnel is evident. The economic effects, including access to capital and new markets, have enhanced the competitive advantage of rural products and

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.48.2.7]
[DOI: 10.61186/serd.13.2.6]

fostered the social acceptance of entrepreneurship. These areas have become hubs for entrepreneurial activities, with clusters of businesses forming, which has also driven demographic and cultural changes in the region. The development of SMEs has made Bala Darband and Mian Darband central hubs, where the spatial consequences of entrepreneurship are clearly visible. These districts have the potential to spread innovation and knowledge to surrounding areas. By improving training programs and providing financial support in these rural regions, entrepreneurship and innovation can be further extended to more remote areas, promoting social acceptance and participation in entrepreneurship.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.48.2.7]

[DOI: 10.61186/serd.13.2.6]

دانشگاه خوارزمی

اقتصاد فضا و توسعه روستایی

شاپا الکترونیکی: ۲۵۸۸-۴۷۶x

Homepage: https://khu.ac.ir

تحلیل توسعه SMEها در فرآیند تحول نوآوری روستایی: رهیافتی بر گذار از بحران اقتصادی (مورد مطالعه: شهرستان کرمانشاه)

حوریه مرادی✉

استادیار، گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه لرستان، خرم‌آباد، ایران. رایانامه: moradi.ho@lu.ac.ir

اطلاعات مقاله

نوع مقاله:
مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۰۷
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۴/۳۱
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۵/۲۲
تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۶/۳۱

کلیدواژه‌ها:
کارآفرینی،
نوآوری روستایی،
کسب و کارهای خرد، کوچک و متوسط،
کرمانشاه.

چکیده

هدف: با شکل‌گیری مفهوم عمیق فرآیند کارآفرینی در گذر زمان و تحول در فهم چگونگی گذار از بحران‌های اقتصادی در کشورهای در حال رشد، توجه به توسعه SMEها مورد توجه اندیشمندان توسعه قرار گرفت. بحران اقتصادی در فضاهای جغرافیایی کنش‌ها و واکنش‌هایی مختلفی را به همراه دارد. اگر قرار است اقتصاد در نواحی مختلف تصویری از موفقیت را تداعی کند توجه به اقتصاد اجتماعی و ایجاد محیط‌های رقابتی از طریق توسعه کسب و کارهای کوچک مکانی در جوامع محلی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. از این‌رو، پژوهش حاضر به شیوه کمی و با هدف "تحلیل توسعه SMEها در ایران در فرآیند تحول نوآوری روستایی" بدنبال رهیافتی بر گذار از بحران اقتصادی و درک معنایی از واقعیت‌های موجود کسب و کار در جوامع محلی است که می‌تواند زمینه‌ساز نوآوری و کارآفرینی گردد.

روش پژوهش: روش تحقیق توصیفی ـ پیمایشی و از نوع کاربردی است. جامعه آماری پژوهش را ۵۲ نفر از صاحبان SMEها واقع در دهستان‌های میان‌دربند، پشت‌دربند و بالادربند شهرستان کرمانشاه تشکیل می‌دهند که بیشترین میزان از بین رفتن شرکت‌های جدید را در ۱۵ سال اخیر تجربه کرده‌اند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS20 و برای ترسیم نقشه‌ها از ArcGIS استفاده شد.

یافته‌ها: یافته‌ها نشان داد که میزان اثرات متغیرهای توسعه SMEها در فرآیند تحول نوآوری روستایی بر پذیرش یا رد کارآفرینی در شبکه پویای روستانشینی ۷۲/۳۷۱ درصد بوده که در عامل‌های تمایل‌های سیاسی فضا (۱۹/۳۲۱درصد)، نیروهای دانش‌بنیان سر ریز فن‌آوری (۱۵/۳۲درصد)، عامل رقابت‌پذیری و بهبودیاب اقتصادی (۱۱/۱۲درصد)، نیروی خواسته‌ها و تعامل‌های اجتماعی فضا (۱۰/۴۸درصد)، تحولات جمعیتی و تولیدی فضا (۱۰/۰۸درصد) و حمایت‌های نهادی و محیطی فضا (۶/۰۵ درصد)) نمود پیدا کرده است.

نتیجه‌گیری: توسعه کسب و کارهای خرد، کوچک و متوسط منجر شده است که دو دهستان بالادربند و میان‌دربند به مکان مرکزی تبدیل شده به طوری‌که پیامدهای فضایی کارآفرینی در بیشتر نقاط آن قابل رؤیت است. این دو دهستان می‌توانند قابلیت انتشار نوآوری و سر ریز دانش به دیگر دهستان‌های پیرامون دورتر از مرکز شهرستان را دارا باشند.

استناد: مرادی، حوریه (۱۴۰۳). تحلیل توسعه SMEها در فرآیند تحول نوآوری روستایی: رهیافتی بر گذار از بحران اقتصادی (مورد مطالعه: شهرستان کرمانشاه). *اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، ۱۳ (۴۸)، ۳۸-۱۵. http//doi.org/10.61186/serd.13.2.6

ناشر: دانشگاه خوارزمی

© نویسندگان.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.48.2.7]
[DOI: 10.61186/serd.13.2.6]

[DOI: 10.61186/serd.13.2.6] [DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.48.2.7] [Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]

مقدمه

در سال‌های متمادی، مفهوم توسعه محلی و منطقه‌ای بر رشد اقتصادی متمرکز بوده و بحران‌ها و نگرانی‌های اقتصادی مانند افزایش مداوم اشتغال، درآمد و بهره‌وری اجزای جدایی‌ناپذیر در توسعه اقتصادی بودند (استارپر[۱]، ۱۹۹۷؛ آرمسترانگ و تیلور[۲]، ۲۰۰۰؛ بیر و همکاران[۳]، ۲۰۰۳). با این حال، در گذر زمان، این نوع تمرکز و جهت‌گیری بر مسائل و بحران‌های اقتصادی مورد انتقاد قرار گرفت و جهت استراتژی‌های توسعه به خواسته‌های اجتماعی و انگیزه‌های سیاسی تمایل پیدا کرد (پایک و رودریگرز[۴]، ۲۰۰۶؛ فاسن‌فست و همکاران[۵]، ۱۹۹۷). فعالیت اقتصاد اجتماعی یک ویژگی منحصر به فرد تغییر مفاهیم توسعه منطقه‌ای و محلی است که برخلاف استراتژی‌های توسعه، کاملاً بازارمحور و مرتبط با ایجاد جامعه‌ای فراگیر و کاملاً دموکراتیک است که موجب ارتقاء رفاه اجتماعی و اقتصادی جوامع محلی می‌شود. انگیزه اصلی فعالیت اقتصاد اجتماعی به حداکثر رساندن سود نیست بلکه تأمین نیازهای اجتماعی می‌باشد که مبتنی بر نوآوری است (کیم و لیم[۶]، ۲۰۱۷: ۲).

کارآفرینی غیرمولد نقش مهمی در اقتصاد اکثر کشورها ایفا می‌کند (دسای و آکس[۷]، ۲۰۰۷). به طوری‌که، در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، فعالیت‌های غیرمولد، اگر اجزای اساسی در اقتصاد نباشند، مؤلفه‌های اساسی هستند. در کشورهای توسعه نیافته، فعالیت‌های اقتصادی نامطلوب و غیر مولد (آکس[۸]، ۲۰۱۰)، بحران اقتصادی را تشدید نموده است. در فرآیند شکل‌گیری مفهوم کارآفرینی، تغییرات الگوهای رفتاری در مواجه با بحران‌های اقتصادی و از سویی دیگر اجتماعی شدن پدیده‌ها به ویژه در نظام سرمایه‌داری چیزی نیست مگر وارد شدن به بازار، یعنی تبدیل شدن نوآوری به کالا. چگونگی این تبدیل در جوامع محلی (کشورهای در حال توسعه)، یکی از مباحث اساسی در نوآوری و حرکت به سمت فعالیت‌های کارآفرینی مولد است. صاحبنظران توسعه از جمله پیتر دراکر استدلال کرد که "کارآفرینان نوآوری می‌کنند و نوآوری ابزار خاص کارآفرینی است. وی کارآفرینی را "عملی نوآورانه می‌داند که شامل تأمین منابع موجود با ظرفیت تولید ثروت جدید است" (دراکر[۹]، ۱۹۵) نوآوری معمولاً با انجام کار جدید یا متفاوت همراه است (پاپس[۱۰]، ۲۰۱۴: ۵۱۲)؛ و به عنوان عنصری اساسی در پذیرش و ایجاد فناوری در نظر گرفته می‌شود و به تبیین تفاوت بهره‌وری در سطح فردی، ملی و منطقه‌ای کمک می‌کند (دی‌مل مکنزی و وودروف[۱۱]، ۲۰۰۹)؛ در این میان، کارآفرینان معمولاً از نوآوری استقبال می‌کنند و این ممکن است با ایجاد مشاغل جدید، ایجاد ثروت و بهبود کیفیت زندگی تأثیر مثبتی بر اقتصاد کشورها داشته باشد. همانطور که ونکرز و ثوریک در زمینه امکانات لازم برای رشد اقتصادی بیان کردند، ایجاد شغل و نوآوری می‌تواند از سوی SME حاصل شود (ونکرز و تریک[۱۲]، ۱۹۹۹) بنابراین اطمینان از یک فضای اقتصادی مناسب که در آن SMEها می‌توانند توسعه پیدا کنند و ابتکارات کارآفرینی می‌تواند پیشرفت کند یک شرط یا بهبود اقتصادی ملی است (پاپس، ۲۰۱۴) که می‌تواند منجر به خروج از بحران اقتصادی گردد. به سخن دیگر، اکثر ابتکارات کارآفرینی به عنوان شرکت‌های کوچک و متوسط شروع می‌شوند تا شرکت‌های بزرگ؛ و شرکت‌های کوچک کارآفرینی ستون فقرات سیستم اقتصادی و تولید هستند، و بخش مهمی از اشتغال و نوآوری را تضمین می‌کنند (آکس و آقدریچ[۱۳]، ۲۰۱۰). توسعه این نوع کسب‌وکارها زمینه توسعه نوآوری و رشد کارآفرینی را فراهم ساخته و منجر به پویایی جامعه محلی می‌شود و زمینه عبور از بحران اقتصادی را مهیا می‌سازد (روزبهانی و همکاران، ۱۳۹۹).

---

[1] - Storper
[2] - Armstrong and Taylor
[3] - Beer et al
[4] - Pike and Rodriguez
[5] - Fasenfest, et al
[6] - Kim and Lim
[7] - Desai and Acs
[8] - Acs
[9] - Drucker
[10] - Popesu
[11] - de Mel, McKenzie & Woodruff
[12] - Wennekers & Thurik
[13] - Acs & Audretsch

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.48.2.7]
[DOI: 10.61186/serd.13.2.6]

بنابراین، توسعه کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط حاکی از پذیرش اجتماعی کارآفرینی و از پیامدهای سیاسی ظهور آن در مکان‌های جغرافیایی است و می‌تواند بر افزایش رقابت و مشارکت محلی در توسعه اقتصاد منطقه‌ای تأثیر بسزایی داشته باشد (روزبهانی و همکاران، ۱۳۹۹۹)، به عبارتی، به اعتقاد ادواردو لپزه[1] (۲۰۰۹)، کارآفرینی عامل کلیدی در رشد است و برای موفقیت مستمر و توسعه اقتصادی هم در سطح بین‌المللی و هم در سطح منطقه‌ای یکی از ضرورت‌های اساسی به شمار می‌رود. وی معتقد است، بسیاری از کارآفرینان اجتماعی فعالیت خود را در قالب ایجاد شرکت‌های کوچک و متوسط آغاز می‌کنند؛ این شرکت‌ها سهم به سزایی در توسعه صنایع پیشرفته و ایجاد اشتغال دارند. در کشورهای جنوب شرقی آسیا ۹۵ درصد کل بنیاد اقتصادی و صنعتی کشورها را کسب‌وکارهای کوچک و متوسط تشکیل داده و به عنوان رکن اساسی در اقتصاد و اشتغال این کشورها محسوب می‌شوند. مطالعات نشان می‌دهد، این صنایع حداقل از چهار جنبه بر اقتصاد جهانی تأثیر می‌گذارند، که عبارتند از: کارآفرینی، نوآوری و تغییر فناوری، پویایی صنعت و ایجاد اشتغال و درآمد (غفاری، ۱۳۹۷ و روزبهانی و همکاران، ۱۳۹۹). همانطور در گزارش سالانه کمیسیون اروپا در مورد SMEs در سطح اروپا نیز بیان شده است بیش از ۹۹ درصد از کل شرکت‌ها SME، حدود ۲۰ میلیون SME هستند، بیشتر آنها شرکت‌های خرد هستند و در سال ۲۰۱۲ بیش از ۸۶ میلیون نفر مشغول به کار برای ۶۶.۵ ٪ مشاغل از کل اشتغال و بیش از نیمی از ارزش افزوده کل ایجاد شده توسط مشاغل را به خود اختصاص داده‌اند (گالیاردی و همکاران[2]، ۲۰۱۳). بنابراین از آنجایی‌که برنامه‌های توسعه‌ای ایران به دنبال دست یافتن به راه‌حل‌های اساسی چالش‌های بوجود آمده از بحران‌های اقتصادی است، توجه به رشد کسب و کارهای کوچک و متوسط کارآفرینانه علی‌الخصوص در توسعه جوامع محلی از اهمیت دو چندانی برخوردار است.

رکود اقتصادی اخیر ایران به عنوان یکی از بدترین شرایط اقتصادی از بعد از زمان جنگ تحمیلی ۱۳۵۹ (ه. ش) شناخته شده است، صرف نظر از علت‌های سیاسی تشدید کننده این بحران، شاخص‌های اقتصادی افزایش اندکی را نشان می‌دهد و در صورت مثبت شدن به سمت بالا، سال ۲۰۱۹ (میلادی) می‌تواند نقطه عطفی برای اقتصاد ایران باشد. حکومت و دولت ایران اقداماتی را اتخاذ و اجرا کرده‌اند تا از سقوط اقتصادی جلوگیری کنند، اما رشد اقتصادی و رقابت به آرامی در حال بهبود است. طبق کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی ایران، کارآفرینی و علی‌الخصوص SMEها می‌توانند نقش مهمی در بازیابی اقتصادی داشته باشند، علاوه بر این توجه به توسعه SMEها در جوامع محلی و روستایی ایران می‌تواند سهم بزرگی را در ایجاد اشتغال و ارزش افزوده و کاهش بیکاری (افزایش اشتغال) ایفا نماید. این بنگاه‌ها در مجموع به لحاظ تعدادی، بیش از ۸۰ درصد از بنگاه‌های موجود ایران و در بخش اشتغال نیز ۱۹/۳ میلیون نفر از ۲۴ میلیون شاغل کشور ایران (سهم ۷۹ درصدی از کل اشتغال) را در خود جای داده است. این بنگاه‌ها که کلید عبور از شرایط‌های تحریمی و فشارهای خارجی بوده و همچون شرکت‌ها و بنگاه‌های بزرگ تحت‌تاثیر مسائل بیرونی و بحران‌های اقتصادی نیستند، درحال حاضر با بی‌توجهی در ایران در وضعیت نامطلوبی قرار گرفته‌اند. این عدم توجه به کسب و کارهای خرد، کوچک و متوسط در نواحی روستایی مرکز استان مهم و استراتژیکی همچون شهرستان کرمانشاه (مهمترین کلانشهر واقع در غرب ایران) بیشتر دیده می‌شود به طوری‌که طبق آخرین آمار مرکز سرشماری نفوس و مسکن (۱۳۹۵) بیشترین میزان بیکاری و از بین رفتن شرکت‌های جدید خرد و متوسط را در ۱۵ سال اخیر در ایران تجربه کرده‌اند. این پژوهش درصدد دست یافتن به این پرسش اساسی است که "توسعه کسب‌وکارهای خرد و کوچک و متوسط (SMEs) در جوامع محلی چگونه می‌تواند بر عبور از بحران اقتصادی این شهرستان کارساز باشد؟"به عبارتی توزیع فضایی نوآوری SMEsهای روستایی (کسب‌وکارهای (خرد، کوچک، متوسط و بزرگ)) و اثرات اقتصادی (میزان دسترسی به سرمایه، و بازارهای جدید و تأثیر آن‌ها بر مزیت رقابتی تولیدات روستایی و شکل‌گیری خوشه‌های کسب‌وکار) آن بر گذار از بحران اقتصادی این شهرستان چگونه است؟

[1] - Eduardo Lopzeh
[2] - Gagliardi et al

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.48.2.7]
[DOI: 10.61186/serd.13.2.6]

پیشینه پژوهش

۱. پیشینه نظری

۲-۱-۱. نوآوری روستایی

نقطه شروع اکثر نظریه‌های نوآوری شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی هستند (آقدریچ و ترانک[1]، ۲۰۰۱). مطالعات اولیه نوآوری توجه آنها را معمولاً به شرکت‌های بزرگ معطوف می‌کرد و شرکت‌های کوچک و متوسط نادیده گرفته می‌شدند، علی‌رغم وجود این واقعیت که این شرکت‌های کوچک و متوسط هستند که می‌توانند نمایندگی اکثریت کسب و کارهای اقتصادی در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه را دارا باشند (پاپس، ۲۰۱۴). بدین‌سان، ارتباطات بین کارآفرینی، نوآوری و شرکت‌های کوچک به مرور زمان توسط دانشمندان مختلف مورد مطالعه قرار گرفت و حتی برخی کارآفرینی را اینگونه تعریف کرده‌اند: "نوآوری توسط شرکت‌های مستقل تازه تاسیس ظهور می‌یابد (کریشهوف[2]، ۱۹۹۴). در این میان مسئله هدایت شدگی نوآوری در توسعه اقتصادی جوامع، موجبات درونی و بیرونی را می‌پذیرد؛ که مهمترین نمود نقش‌پذیری آن در جامعه تحول اقتصاد اجتماعی است که منجر به رشد کسب‌وکارهای اجتماعی می‌گردد و از طریق همین نوآوری و تخریب خلاق بود، که اقتصاد تکامل یافت (پاپس، ۲۰۱۴). در فرایند نوآوری، کسب‌وکارهای اجتماعی، اجزای اصلی اقتصاد اجتماعی هستند که نیازهای محلی و منطقه‌ای را منعکس کرده و اهداف پیچیده‌ای را دنبال می‌کنند. به عبارتی این دارایی رابطه‌ی شرکت‌های اجتماعی است که به توسعه منطقه‌ای و محلی پایدار کمک کرده و منجر به حل مشکلات جامعه می‌شوند (کیم و لیم، ۲۰۱۷: ۱۰).

بنابراین، ارزش عملی مبتنی بر جامعه، موانع معمول مورد استفاده توسعه منطقه‌ای و محلی (مانند ایجاد شغل، نابرابری در حقوق و دستمزد و آموزش) را به موضوعات جامعه مرتبط می‌کند که مربوط به روابط بین سهامداران است. ذی‌نفعان متنوعی در فرآیند توسعه محلی شرکت می‌کنند و یک سرمایه رابطه‌ای در روند حل مسئله را نشان می‌دهند. در این رویکرد جدید، موانع جامعه در چارچوب فعالیت‌های اقتصاد اجتماعی در نظر گرفته می‌شود، که اغلب با تلاش برای تقویت تعامل دموکراتیک، حاکمیت مشترک و مشارکت در جوامع محلی به عنوان ابزاری برای کمک به خود، مقابله با طرد اجتماعی و ایجاد توانمندی مردم در جوامع محلی می‌گردد (داویز[3]، ۲۰۰۹).

بنابراین، نوآوری روستایی برای شکل‌گیری تحت تأثیر نیروهای بیرونی و درونی بوده است که هر یک به نوعی به ایجاد چالش‌هایی در جامعه روستایی امروزی منجر می‌شوند. این محیط‌ها برحسب منابع و فرصت‌های موجود در محیط‌های روستایی (بالقوه و بالفعل، نرم‌افزاری و سخت‌افزاری)، هدایت‌کننده اهداف توسعه، به ویژه توسعه اقتصادی، در این جوامع‌اند. در راستای 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 گیرد (جولیان و همکاران[4]، ۲۰۰۰: ۱۹). بنابراین نوآوران و کارآفرینان در جوامع روستایی به حمایت برای ایجاد یا رشد فعالیت‌های خود نیاز دارند (آلن[5]، ۲۰۰۳: ۵). به همین علت ساوئر[6] با در نظر گرفتن کارآفرینی به عنوان الگوی توسعه اقتصادی، توسعه روستایی را تشویق کشاورزان کارآفرین، کمک و مساعدت مدیریتی و فنی کارآفرینان روستایی، حمل و نقل روستایی، خدمات ارتباطی و اطلاعاتی روستایی، مدیریت منابع طبیعی و غیره تعریف می‌کند (ساوئر، ۱۹۸۶: ۲). از نظر ریگان[7]، کارآفرینی روستایی فراهم کننده زمینه اشتغال، افزایش درآمد و تولید ثروت، بهبود دهنده کیفیت زندگی و کمک کننده به افراد محلی برای مشارکت در اقتصاد است (ریگان، ۲۰۰۲: ۳۲).

---

[1] - Audretsch and Thurik
[2] - Kirchhoff
[3] - Davies
[4] - Julian et al
[5] - Allen
[6] - Sauer
[7] - Reagan

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.48.2.7]
[DOI: 10.61186/serd.13.2.6]

از دیدگاه آلیسون فعالیت کارآفرینی تحت تأثیر عوامل گوناگونی مانند ویژگی‌ها و انگیزه‌های فردی، آموزش، فرهنگ و آداب و رسوم، قوانین، سیاست‌ها و دانش فنی است که می‌تواند آثار و نتایج مختلفی را به لحاظ الگوهای رفتاری، اقتصادی، اجتماعی و غیره در برداشته باشد (هاشمی، ۱۳۹۰: ۹۶). در رویکرد کارآفرینی روستایی، کارآفرینان باید به عنوان عامل محرک اقتصادی به وسیله سیاست‌گذاران، حکومت‌های محلی و ملی، مؤسسه‌های مختلف توسعه، بخش خصوصی و سازمان‌های مردم نهاد، که به نوعی با جامعه روستایی و فعالیت‌های اقتصادی آن در ارتباطند، به کار گرفته شوند. در این مدل ده عنصر برای ایجاد زمینه کارآفرینی موفق در نواحی روستایی ارائه شده است که میان همه عناصر نیز ارتباط و پیوستگی برای پیشگیری از بخشی‌نگری وجود دارد. کل مدل را می‌توان از نظر چهارچوب به سه بخش کلی تقسیم کرد (سازمان همکاری‌های تکنیکی دولت آلمان با کشورهای در حال توسعه[1]، ۲۰۰۳: ۹-۱۰): چهارچوب‌های نهادی و سیاسی؛ زیرساخت‌ها، خدمات و بازارها؛ ارتباطات و پیوندهای اجتماعی. بنابراین، کارآفرینان روستایی از نظر اقتصادی می‌توانند دو تأثیر کلی بر جامعه خود داشته باشند: اول اینکه تولیدکننده ثروت باشند و دوم اینکه نقش بسیار مهمی در توزیع ثروت داشته باشند. همان‌طور که شومپیتر اشاره می‌کند، تعدیل پویا از طریق نوآوری و کارآفرینی ایجاد می‌شود و این دو، مشخصه اقتصاد سالم به شمار می‌رود. روستاییانی که دست به انجام کارهای مخاطره‌آمیز می‌زنند، باید بدانند که چگونه منابع مالی، فناوری و دانش و تجربه را برای تولید با هم ترکیب کنند تا از فرصت‌ها استفاده و به صورت زمان‌بندی شده و مؤثر عمل نمایند (چمبرز و شاو[2]، ۲۰۰۴: ۴). در پژوهش‌های جغرافیایی، نقش‌پذیری و بازتاب‌پذیری کارآفرینی را همچون مکانیسم‌های کلیدی و ساختارهایی اصلی در سکونتگاه‌های انسانی تلقی می‌کنند که مبنای تنش‌های بزرگ‌تری در جامعه است. به عبارتی، نقش‌پذیری کارآفرینی را فرایندی کلیدی می‌دانند که توضیح می‌دهد چگونه برخی از کارآفرینان با احتمال بیشتری قادر به کشف یک فرصت در فضاهای اجتماعی هستند. در نقطه مقابل، نظریه‌پردازانی که از دیدگاه خلق فرصت دفاع می‌کنند، بازتاب‌پذیری را سازه اصلی می‌دانند که توضیح می‌دهد چرا برخی افراد نسبت به دیگران توانایی بیشتری در خلق فرصت کارآفرینی دارند، و چگونه این توانایی می‌تواند منجر به پیدایش بنگاه‌های اقتصادی خرد در فضاهای جغرافیایی و در نتیجه رشد و توسعه منطقه گردد. به عبارتی این نظریه‌پردازان، فرصت‌های کارآفرینی را نتیجه نقش-پذیری و بازتاب‌پذیری کارآفرینان از محیط پیرامون خود می‌دانند (مک‌کیور و همکاران[3]، ۲۰۱۴: ۲۳ـ ۲۲).

۳-۱-۱. تئوری سرریز دانش کارآفرینی و کسب و کارها

این مقاله با نگرش نظریه سرریز دانش کارآفرینی[4] در کشورهای توسعه یافته تدوین یافته است. این نظریه برای اولین بار توسط آقدریج و آکس[5] در سال (۲۰۰۶) مطرح گردید. آنها معتقد هستند که نظریه‌های معمول در کارآفرینی اغلب بر شناسایی فرصت‌ها و تصمیم‌گیری برای بهره‌برداری از آنها تمرکز دارند. آنها همچنین اضافه می‌کنند که در دیدگاه غالب این نظریات فرصت‌ها برون‌زا و بیرونی هستند در حالی‌که تئوری‌های رشد اقتصادی فرصت‌ها را درونزا می‌دانند و نظریه سرریز دانش کارآفرینی این شکاف بین این دو را پر می‌کند. این نظریه مطرح می‌کند که دانش به نتایج درونزایی در سرریز دانش منجر می‌گردد که به کارآفرینان این امکان را می‌دهد تا فرصت‌ها را شناسایی کرده و از آنها بهره‌برداری کنند. آدقش و آکس بر این عقیده هستند که این تئوری پلی بین ادبیات غیرعینی و ذهنی کارآفرینی و ادبیات عینی و بیرونی اقتصاد در مورد فرصت‌ها از طریق تغییر واحد تحلیل از سازمان‌ها که به صورت درونزا دانش جدید تولید می‌کنند به عوامل اقتصادی که صاحب سرریز دانش هستند، می‌باشد. بر اساس این تئوری افراد به دلیل عدم توانایی در تجاری‌سازی ایده‌های خود در بستر بنگاه‌ها و سازمان‌های موجود، بنگاه‌ها و کسب و کارهای جدید را راه‌اندازی می‌کنند. با این دیدگاه سرریز دانش کانالی برای انتقال دانش از بنگاه‌های موجود به بنگاه‌های نو می‌باشد (آدقش و کلیمباج[6]، ۲۰۰۴) پیش‌بینی‌های اساسی این تئوری را می‌توان به صورت زیر عنوان کرد:

[1] GTZ
[2] - Chambers & Shaw
[3] - Mackeever et al
[4] - Knowledge Spillover Theory of Entrepreneurship
[5] - Audretsch and Acs
[6] - Audretsch and Keilbach

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.48.2.7]
[DOI: 10.61186/serd.13.2.6]

الف) افزایش سطح منابع دانش اثرات مثبتی بر سطح کارآفرینی مناطق دارد؛ ب) وجود کاربران و به کارگیرندگان قوی‌تر برای دانش سبب کاهش اثر مثبت دانش جدید بر کارآفرینی می‌گردد. پ) فیلترهای دانش مانع فعالیت‌های کارآفرینانه بر مبنای دانش جدید می‌گردد. فیلترهای دانش شامل قوانین محکم و دست و پاگیر، سدهای اداری، مداخله دولت‌ها در بازار و مانند آنها می‌شود.

۲. پیشنه تجربی

بررسی ادبیات و پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که نقش کارآفرینی در افزایش رشد اقتصادی باعث شده تا نوآوری از اهمیت برجسته‌ای برخوردار باشد. در این میان، فرد کارآفرین در نواحی روستایی می‌تواند با داشتن دو نقش انجام نوآوری و افزایش رقابت به رشد اقتصادی در منطقه کمک کند (ونکرز و همکاران، ۱۹۹۹: ۲۹). آقدریچ و همکاران، بیان کرده‌اند که طبق نظریه سرریز دانش کارآفرینی در کشورهای توسعه یافته اثرات خارجی محیط بیرونی روستا، توسعه دانش، شکست و پذیرش دلایلی برای دخالت دولت، در کارآفرینی می‌باشند. اول آنکه، آنها دریافتند وجود شبکه‌های متراکمی از شرکت‌های کارآفرینانه به نفع فعالیت‌های کارآفرینی در عرصه‌های مختلف جغرافیایی است (آکس و ویرجیل[1]، ۲۰۰۹). هانسن[2] (۱۹۹۲) نیز قبلاً به اهمیت شبکه‌های تعاونی اشاره کرده بود و اینکه چگونه خوشه‌های صنعتی می‌توانند از طریق سرمایه اجتماعی منطقه تسهیل یابند. آکس نیز بیان می‌کند که خوشه‌ها و شبکه‌های منطقه‌ای یادگیری سریع را تقویت می‌کنند و سرریزها را تداوم می‌بخشند (آکس، ۲۰۰۲: ۱۷۱). دوم آنکه، آقدریچ، کیلباچ و لیمان اضافه می‌کنند که یک تمایل ذاتی به تولید تحت دانش وجود دارد (آقدریچ و همکاران، ۲۰۰۶: ۱۷۴). دلیل آن، این است که "دانش بدون رقیب است، و تا حدی یک استثناء و مانع خوبی است". توسعه دانش منجر به بهبود بهره‌وری در درون شرکت‌های ایجاد شده و دیگر شرکت‌های مرتبط می‌شود و بدین ترتیب باعث رشد اقتصادی می‌گردد (آکس، ۲۰۰۲: ۱۰-۹). در واقع، تولید تحت دانش و آموزش می‌تواند به طور ویژه‌ای، همانطورکه "سطح پایین انباشت سرمایه انسانی به کاهش سرعت تغییرات تکنولوژیکی منجر شود" در کشورهای در حال توسعه مشکل‌ساز باشد (نیک-کمپ[3]، ۱۹۹۸: ۲۱). علاوه بر این، برای اقتصادهای در حال توسعه، دانش در فرآیند تولید و کشف محصول مهم است. سرریز دانش و اطلاعات به خصوص در جایی مفید خواهد بود که در آن هزینه‌های معاملات بالایی برای کشف یا نامتقارنی اطلاعات بزرگ وجود دارد (آکس و ویرجیل، ۲۰۰۹: ۳۲). در جدول (۱)، خلاصه برخی از مطالعات انجام گرفته در این خصوص ارائه شده است.

جدول ۱. خلاصه نتایج برخی مطالعات مرتبط با موضوع (پیشین پژوهی)

محققین	عنوان پژوهش	نتایج پژوهش
زحمت‌کش ممتاز و همکاران (۱۴۰۲)	مدل‌سازی عوامل نهادی مؤثر بر توسعه کارآفرینی (مورد مطالعه: ناحیه روستایی نسا در شهرستان کرج)	یافت های پژوهش در خصوص وضعیت کارآفرینی نشان می‌دهد، خوداشتغالی با رویکرد کسب و کارهای خرد خانوادگی و عمدتا فاقد نوآوری، فعالیت غالب کارآفرینی بوده است. نتایج مدل مفهومی پژوهش، نشان از تاثیر قوی عوامل نهادی بر کارآفرینی روستایی داشت ضریب استاندارد یا شدت تاثیر برابر با ۰/۷۱ بود. بر این اساس مشخص شد، عوامل نهادی دارای تاثیر معنی‌داری بر کارآفرینی روستایی است.
رضایی و همکاران (۱۴۰۲)	ارائه مدل تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در میان زنان کارآفرین روستایی استان کرمانشاه	متغیرهای پویایی رقابتی، دنبال کردن فرصت‌های نوآورانه، ایجاد ایده‌ها و راهکارهای نوآورانه، داشتن توانایی‌های کارآفرینانه، تعاملات و سرمایه‌های اجتماعی، داشتن هشیاری کارآفرینانه، نوع شناسی فرصت، محیط کسب‌وکار و عوامل فردی
طهماسبی و همکاران (۱۴۰۱)	واکاوی عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی شهرستان نهاوند	عوامل فردی؛ عوامل خانوادگی؛ عوامل اقتصادی؛ عوامل فرهنگی – اجتماعی بیشترین تاثیر را بر کارآفرینی زنان دارا بودند
قدیری‌معصوم و همکاران (۱۴۰۰)	شناسایی و اولویت‌بندی پیشران‌های توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی	پیشران‌های حمایتی، پیشران‌های اقتصادی، پیشران‌های آموزشی و فناورانه، پیشران‌های اجتماعی، پیشران‌های رفتاری، پیشران‌های محیطی و زیرساختی

[1] - Acs and Virgill
[2] - Hansen
[3] - Nijkamp

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.48.2.7]
[DOI: 10.61186/serd.13.2.6]

محققین	عنوان پژوهش	نتایج پژوهش
مرادی و همکاران (۱۳۹۹)	اثرات کارآفرینی روستایی در توسعه فضاهای پیراشهری شهرستان کرمانشاه	متغیرهای روحیه کارآفرینی افراد، فرآیند اقتصادی و محیطی حاکم بر روستا بیشترین تاثیر را بر کارآفرینی روستایی دارد
رحمانی فضلی و همکاران (۱۳۹۸)	تحلیل ظرفیت‌های توسعه کارآفرینی در ناحیه روستایی دامغان	بعد کالبدی و سپس به ترتیب مؤلفه‌های در نهادی، اجتماعی، اقتصادی، زیست‌محیطی و فردی دارای بیشترین تاثیر بر توسعه کارآفرینی است
سلیمی سبحان (۱۳۹۷)	تحلیل اثرات کارآفرینی بر توسعه پایدار گردشگری روستایی شهرستان اردبیل	کارآفرینی روستایی بر محیط اجتماعی روستا و حمایت ساکنان از گردشگری پایدار روستا تاثیرمثبت و معناداری دارد. همچنین نشان داد که محیط اجتماعی روستا بر حمایت ساکنان از توسعه پایدار گردشگری موثر بوده و اثرات محیط اجتماعی روستا در رابطه بین کارآفرینی روستایی با توسعه پایدار گردشگری به عنوان نقش میانجی دارای تأثیر مثبت و معنادار است.
قمبرعلی و رستمی (۱۳۹٤)	بررسی رابطه ارزش‌های کارآفرینان و درک آنان از موفقیت، کرمانشاه	شاخص‌های کسب درآمد، رضایت مشتری، کیفیت تولید و لذت از کار، شاخص نوآوری بر درک کارآفرینان از موفقیت بیشترین تاثیر را دارد
بابایی و علایی- کهرودی (۱۳۹۳)	تحلیل اثر مولفه‌های محیطی در توسعه و تعالی کسب و کار و کارآفرینی	بهبود محیط کسب و کار با اتخاذ قوانین و رویه‌های حمایتی از کارآفرینان و کسب وکارها ،با ورود سرمایه‌گذاران به تأسیس بنگاه‌های کسب و کار
فراهانی و حاجی- حسینی (۱۳۹۲)	ارزیابی ظرفیت‌های نواحی روستایی جهت توسعه کارآفرینی و توانمندسازی روستاییان بخش شال بوئین زهرا	در ارزیابی ظرفیت‌های نواحی روستایی جهت توسعه کارآفرینی و توانمندسازی روستاییان زمینه‌های زیرساختی و فردی، اقتصادی و اجتماعی بیشترین اثر را داشتند
انصاری و سلمانی- زاده (۱۳۸۸)	بررسی عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی از دیدگاه کارآفرینان کشور	تجربی شخصی، نقش دولت، بخش خصوصی، عوامل سیاسی داخلی و خارجی، عوامل فرهنگی، اجتماعی، فناوری وجمعیتی
هاشمی و ایمنی (۱۳۸۸)	مدل‌سازی منطقه روستایی نمونه با تأکید بر اشتغال و کارآفرینی دهستان شباب استان ایلام	محیط اقتصادی و کسب و کار، محیط قانونی، و محیط فرهنگی و اجتماعی وجود سازمان‌های محلی و مردمی، شبکه‌های اجتماعی و نهادهای محلی
بایتا و آندریاسی[1] (۲۰۲۱)	نقش دانش قبلی در فرآیند شناخت فرصت‌های کارآفرینی	از طریق مصاحبه‌های عمیق با ده کارآفرین، به این نتیجه رسیدند که کسانی که تجربه حرفه‌ای محدودی دارند، ارتباط بیشتری را در این فرآیند به فعالیت‌های آموزشی خود نسبت می‌دهند. با این حال، وقتی نوبت به شناخت فرصت‌ها می‌رسد، همین کارآفرینان دامنه وسیع‌تری دارند و به روشی شدیدتر به این فرآیند می‌پردازند. از سوی دیگر، کارآفرینانی که چارچوب ذهنی تعریف‌شده‌تری دارند، که ناشی از تجربه حرفه‌ای گسترده آنهاست، تمایل دارند هر فرصتی را که تشخیص می‌دهند به سمت صنعتی که در آن فعالیت می‌کنند هدایت کنند و این منجر به کسب و کارهای بالقوه کمتر می‌شود.
مک‌کیور و همکاران (۲۰۱٤)	اهمیت پیشامدهای مهم در شکل- گیری توانایی کارآفرین در تشخیص فرصت‌ها	نعامل بلندمت کارآفرینان با جامعه محلی؛ کشف فرصت‌های بلند مدت بالقو ؛زمان به عنوان یک عامل اثرگذار و عینی
باشیر[2] (۲۰۱۳)	تحلیل فضایی نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی نواحی شمالی ایالات متحده آمریکا	متغیرهای رشد درون‌زا بنیان‌های اقتصادی بیشترین تاثیر را بر توسعه اقتصادی نواحی روستایی شمالی ایالات متحده آمریکا دارا بودند
مولر[3] (۲۰۱۳)	کارآفرینی و توسعه منطقه‌ای: با تأثیر بر فعل و انفعال بین سازمان و چارچوب	فرآیندهای کارآفرینی موضعی جامعه و در سطح منطقه‌ای کوچک و با زمینه‌ی فضایی اقتصادی جوامع محلی در هم تنیده.

[1]- Baeta and Andreassi
[2] - Bashir
[3] - Muller

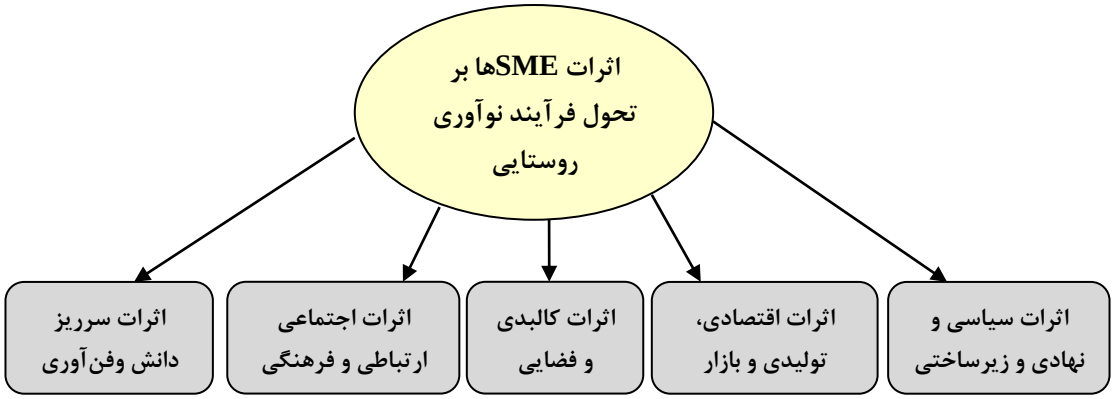
[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.48.2.7]
[DOI: 10.61186/serd.13.2.6]

محققین	عنوان پژوهش	نتایج پژوهش
پاپزن و همکاران (۲۰۰۸)	تعیین عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینان روستایی (مورد مطالعه: بخش ماهیدشت استان کرمانشاه)	متغیرهای درونی و بیرونی محیط و متغیرهای روانشناختی کارآفرین مهمترین عوامل موثر بر موفقیت کارآفرینان بودند.
آقدریچ و کلیماج (۲۰۰٤)	سرمایه کارآفرینی و عملکرد اقتصادی	سرمایه کارآفرینی (سرریز دانش، تشکیل شرکت‌های جدید) بیشترین تاثیر را بر توسعه نوآوری و کارآفرینی دارا هستند
مارکلی[1] (۲۰۰۵)	چارچوب توسعه کارآفرینی روستایی	ارتباط مثبت بین فعالیت‌های کارآفرینانه و رشد اقتصادی توسعه کارآفرینی روستایی منجر به تغییر فرهنگ و مستعد نمودن روستا برای پذیرش کارآفرینی و تقویت سیاست‌های سرمایه‌گذاری دولت و نهادهای غیردولتی.
مارکلی و همکاران (۲۰۰۲)	کارآفرینی در روستاهای آمریکا	از طریق رویکرد جمعیت‌شناختی به کارآفرینی بر اهمیت سطح آگاهی، آموزش و توانایی‌های ارتباطی کارآفرینان روستایی به عنوان مؤثرترین عوامل برای کمک به توسعه کسب و کارهای کوچک تأکید کرده‌اند

(منبع: یافته‌های تحقیق، ۱٤۰۲)

۳. مدل مفهومی

با توجه به مبانی ذکر شده و مطالعات پیشین می‌توان چارچوب زیر را به‌عنوان مدل مفهومی تحقیق ارائه نمود (شکل ۱). این مدل نشان می‌دهد که اثرات توسعه SMEها بر تحول فرایند نوآوری روستایی از طریق اثرات سیاسی و نهادی و زیرساختی، اثرات اقتصادی، تولیدی و بازار، اثرات کالبدی و فضایی، اثرات اجتماعی ـ ارتباطی و فرهنگی و اثرات سر ریز دانش و فناوری است.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش (منبع: یافته‌های تحقیق، ۱٤۰۲)

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به شیوه کمی و با هدف "تحلیل توسعه SMEها در ایران در فرآیند تحول نوآوری روستایی" بدنبال رهیافتی بر گذار از بحران اقتصادی و درک معنایی از واقعیت‌های موجود کسب و کار در جوامع محلی است که می‌تواند زمینه‌ساز نوآوری و کارآفرینی گردد. روش تحقیق توصیفی ـ پیمایشی و از نوع کاربردی است. جامعه آماری پژوهش را ۵۲ نفر از صاحبان SMEها واقع در دهستان‌های میان دربند، پشت دربند و بالا دربند شهرستان کرمانشاه تشکیل می‌دهند که بیشترین میزان از بین رفتن شرکت‌های جدید (کشاورزی، دامپروری، باغی، گلخانه‌ای و صنایع‌دستی) را در ۱۵ سال اخیر تجربه کرده‌اند. برای نمونه‌گیری از روش سرشماری استفاده شد. برای حصول به اهداف تحقیق از روش‌های میدانی و پرسشنامه‌ای برای گردآوری داده‌ها از کارآفرینان روستایی استفاده شد. مقدار آزمون آلفای کرونباخ نشان داد که این پرسشنامه ابزار مناسبی برای پژوهش بود. برای

[1] - Markley

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.48.2.7]
[DOI: 10.61186/serd.13.2.6]

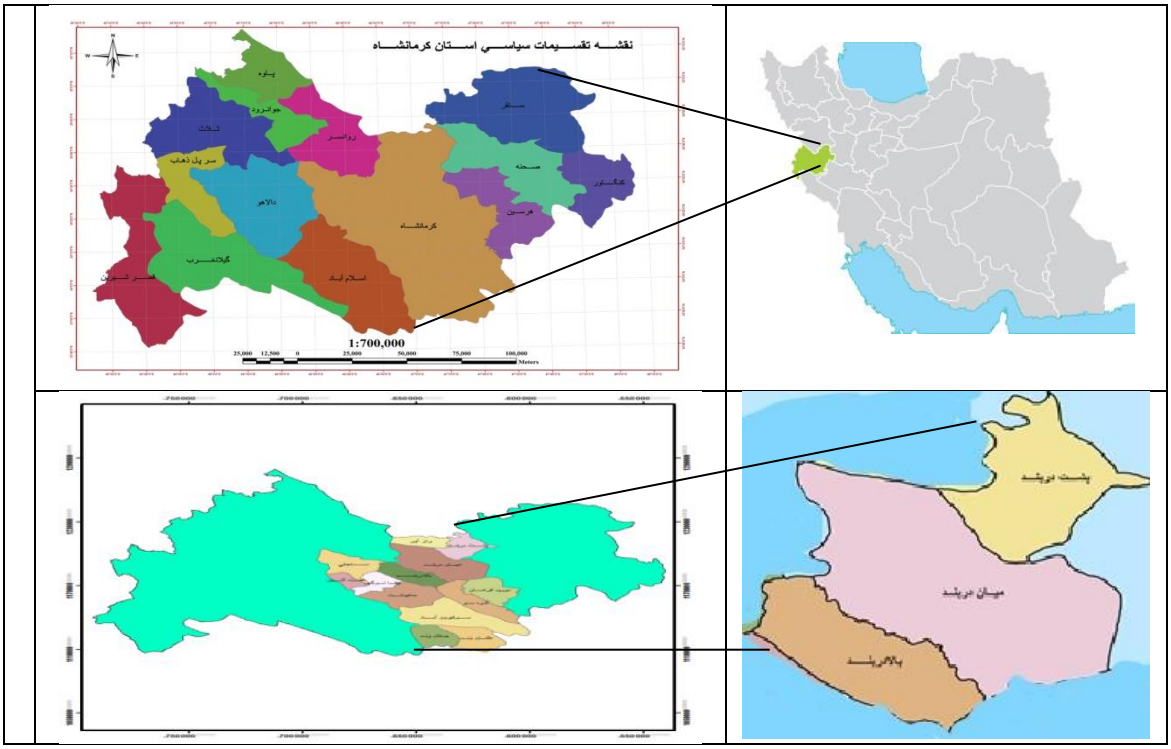
تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS20 و برای ترسیم نقشه‌ها از ArcGIS استفاده شد. جدول (۲)، متغیرهای مورد سنجش تحقیق و مقدار آزمون آلفای کرونباخ را نشان می دهد.

جدول ۲. متغیرهای مورد سنجش تحقیق

ردیف	متغیرها	تعداد گویه ها	آلفای کرونباخ
۱	اثرات سر ریز دانش و فن‌آوری	۴	۰/۷۱
۲	اثرات اجتماعی، ارتباطی و فرهنگی	8	۰/۸۵
۳	اثرات اقتصادی، تولیدی و بازار	۶	۰/۷۵
۴	اثرات سیاسی، نهادی و زیرساختی	۹	۰/۹۱
۵	اثرات کالبدی و فضایی	۵	۰/۹۶

(منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲)

شهرستان کرمانشاه متشکل از ۴ شهر، ۵ بخش، ۱۳ دهستان و ۷۴۷ آبادی دارای سکنه است. که در این پژوهش سه دهستان میان‌دربند، بالادربند و پشت‌دربند آن مورد بررسی قرار گرفته (شکل ۲). (مرکز آمار ایران، سرشماری نفوس و مسکن، ۱۳۹۰ و اطلس گیتاشناسی استان‌های ایران،۱۳۸۳).



شکل ۳. موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه، (منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲)

مساحت شهر کرمانشاه بالغ بر ۹۵۶۸/۶ هکتار است. شهر کرمانشاه واقع در شرق استان بین ۳۴ درجه و ۱۹ دقیقه عرض شمالی و ۴۷ درجه و ۷ دقیقه طول شرقی از نصف‌النهار گرینویچ قرار گرفته است. ارتفاع شهر کرمانشاه از سطح دریا ۱۳۲۲ متر است. در شمال شهر کرمانشاه سیستم کوهستانی گسترده‌ای وجود دارد که قریب ۲۰۰۰ کیلومتر مربع مساحت دارد (ارتفاعات پراو) این محدوده با شیب عمومی بیش از ۵۰ درصد که اغلب دارای ارتفاعی بیش از ۲۰۰۰ متر نیز هست با تنگناهای زیست

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.48.2.7]
[DOI: 10.61186/serd.13.2.6]

اقلیمی، دسترسی و غیره، کمترین مجالی برای استقرار مراکز جمعیتی در مقیاس شهر را در اختیار نگذاشته است (طرح مهندسین مشاور، ۱۳۹۵: ۵).

یافته‌های پژوهش

۱. یافته‌های توصیفی

یافته‌های جدول (۳) نشان داد که بیش از ۵۰ درصد از کارآفرینان این سه دهستان را مردان تشکیل می‌دهند، میانگین سنی کارآفرینان ۳۹ سال بوده و حاکی از میان‌سال بودن آنان است. بیش از ۶۰ درصد از کارآفرینان تحصیلات دانشگاهی ندارند و سطح تحصیلات آنها دیپلم و یا زیر دیپلم بود و فقط ۱۴درصد آنان دارای تحصیلات دانشگاهی بودند. بیشترین درصد کارآفرینان (بیش از ۴۸ درصد) در دهستان بالادربند جای گرفته‌اند. همچنین نتایج جدول (۴)، حاکی از آن است که۵۰ درصد از روستاهای مورد مطالعه دارای بیش از ۵۰ خانوار در واحد سطح بودند و میانگین جمعیت این روستاها ۳۱۰ نفر بود. نتایج جدول (۵) نیز گویای آن است که بیشترین درصد توزیع فعالیت‌های SMEها در حیطه کشاورزی و صنعت است. اندازه شرکت ۵۱/۴ درصد آنها از نوع کسب‌وکارهای خرد (کمتر از ۱۰ نفر شاغل) و چرخه عمر ۵۳/۲ درصد از این شرکت‌ها کمتر از ۵ سال (به عبارتی از نوع شرکت‌های نوپا و پرریسک) بود.

جدول ۳. خصوصیات فردی

متغیرها	مقولات	فراوانی	درصد	میانگین	میانه	مد	انحراف معیار	واریانس
جنسیت	مرد	۲۹	۵۵/۷۷	—	—	—	—	—
	زن	۲۳	۴۴/۲۳					
سن	کمتر از ۳۰	۱۷	۲۴/۳	۳۹/۶۳	۴۰	۳۰	۱۱/۴۵۵	۱۳۱/۲۱۷
	بین ۳۰ تا ۵۰	۲۹	۴۱/۴					
	بیش از ۵۰	۶	۸/۶					
سطح تحصیلات	دیپلم و زیردیپلم	۲۰	۶۰	—	—	—	—	—
	لیسانس	۷	۱۰/۴					
	فوق لیسانس	۳	۴/۳					

(منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲)

جدول ٤. ویژگی‌های جمعیتی روستاهای مورد مطالعه

متغیرها	مقولات	فراوانی	درصد	میانگین	میانه	مد	انحراف معیار	واریانس
دهستان	بالادربند	۲۵	۴۸/۰۸	—	—	—	—	—
	میان‌دربند	۱۳	۲۵					
	پشت دربند	۱۴	۲۶/۹۲					
بعد خانوار در روستا	کمتر از ۲۰	۹	۱۷/۳۰	۷۶/۳۱	۵۸/۵۰	۳۰	۶۵/۹۹۳	۴۳۵۵/۱۱
	بین ۲۰ تا ۵۰	۱۷	۳۲/۶۹					
	بیش از ۵۰	۲۶	۵۰					
جمعیت روستا	کمتر از ۲۰۰ نفر	۲۳	۴۴/۲۳	۳۱۰/۹۶	۲۳۲	۱۰۰	۲۸۵/۳۸۲	۸۱۴۴۲/۶۲
	بین ۲۰۰ تا ۴۰۰ نفر	۱۷	۳۲/۶۹					
	بیش از ۴۰۰ نفر	۱۲	۲۳/۰۷					

(منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲)

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.48.2.7]
[DOI: 10.61186/serd.13.2.6]

جدول ۵. ویژگی‌های بنگاه‌های مورد مطالعه

متغیرها	مقولات	فراوانی	درصد	میانگین	میانه	مد	انحراف معیار	واریانس
نوع فعالیت بنگاه های کارآفرینی	کشاورزی	۱۱	۲۱/۱۵	—	—	—	—	—
	باغبانی و گلخانه‌ای	۶	۱۱/۵۳					
	پرورش مرغ و ماکیان	۱۰	۱۹/۲۳					
	دامپروری	۹	۱۷/۳۰					
	صنایع دستی	۳	۵/۷۶					
	صنعت	۱۱	۲۱/۱۵					
	خدمات	۱	۱/۹۲					
اندازه شرکت-های کارآفرین (نفر)	کسب‌وکار خرد (کمتر از ۱۰)	۳۶	۵۱/۴	۳۹/۶۷	۶	۲	۱۹۳/۰۴۵	۳۷۲۶۶/۵۰
	کسب‌وکار کوچک (بین ۱۰ تا ۵۰)	۱۲	۱۷/۱					
	کسب‌وکار متوسط (از ۵۱ تا ۵۰۰)	۳	۴/۳					
	کسب‌وکار بزرگ (بیش از ۵۰۰)	۴	۱/۴					
چرخه عمر شرکت‌های کارآفرین (سال)	کمتر از ۵ (شرکت نوپا و پر ریسک)	۲۲	۳۱/۴	۵/۴۴	۴	۳	۴/۵۷۰	۲۰/۸۸۰
	بین ۵ تا ۱۰ (شرکت در حال رشد با ریسک کمتر)	۱۴	۲۰					
	بیش از ۱۰ (شرکت‌های بالغ با ریسک خیلی‌کمتر)	۱۶	۲۲/۹					

(منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲)

۲. تحلیل توسعه کسب و کارهای *SME*ها در محدوده مورد مطالعه

در زیر گویه‌های تأثیرگذار بر توسعه SMEها (کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط) در فرآیند تحول نوآوری روستایی دهستان‌های شهرستان کرمانشاه که در این تحلیل عاملی وارد شده‌اند، ارائه شده است (جدول ۶). هدف آن است که از مجموع متغیرهای شاخص فوق، عوامل اصلی شکل دهندهٔ توسعه SMEها در فرآیند تحول نوآوری روستایی کرمانشاه معرفی گردد. در این تحقیق، به منظور تعیین زیربنای 32 گویه یاد شده که اصولاً چند عامل اصلی را تشکیل می‌دهند از تحلیل عاملی با کمک نرم‌افزار SPSS بهره گرفته شده است. نیز به منظور تشخیص عامل‌هایی که احتمالاً زیربنای گویه‌های یاد شده هستند و همچنین تعیین ساختار سادهٔ آن روش چرخش واریماکس مورد استفاده قرار گرفت. مقدار Suppress absolute Values در این تحلیل عاملی ۰/۵ در نظر گرفته شد. تعداد عامل‌ها نیز ۶ مورد انتخاب گردید.

در این تحلیل عاملی، مقدار KMO، ۰/۸۳ به دست آمد. نیز مقدار آزمون بارتلت ۱۴۷۹/۶۱۳ بدست آمده و نیز آزمون بارتلت در حد بسیار خوبی (P=0/000) معنی‌دار است. این امر نشان از مناسب بودن داده‌ها برای کاربرد آزمون تحلیل عاملی است. نتایج این آزمون در جدول (۷) ارائه شده است. همانطور که در جدول مذکور ملاحظه می‌گردد تبیین کل واریانس توسط این شش عامل، ۷۲/۳۷۱ درصد است.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.48.2.7]
[DOI: 10.61186/serd.13.2.6]

جدول ٦. گویه‌های تأثیرگذار بر توسعه کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط

X_1	دسترسی به آب و زمین	X_{17}	عدم پذیرش نوآوری
X_2	دسترسی به زیرساخت‌ها و تسهیلات (برق، گاز و...)	X_{18}	ضعف در ایجاد شبکه‌های منطقه‌ای (انجمن‌ها و خوشه‌های کارآفرینان)
X_3	دسترسی به اینترنت پر سرعت	X_{19}	نبود سرمایه انسانی ماهر و کارآمد
X_4	دسترسی به خدمات حمایتی (بیمه محصولات) کسب و کارهای جدید	X_{20}	درصد مهاجرت از روستا به شهر
X_5	دسترسی به خدمات پشتیبانی بخش دولتی از مشاغل روستایی	X_{21}	شرایط و کیفیت زندگی
X_6	دسترسی به سرمایه و وام‌های اعتباری برای ایجاد کسب و کارهای جدید	X_{22}	باورها و ذهنیت اهالی منطقه نسبت به نوآوری
X_7	دسترسی به وسایل حمل و نقل مناسب	X_{23}	روحیه کارآفرینانه و ویژگی‌های شخصیتی
X_8	دسترسی به جاده‌ها و راه‌های ارتباطی روستایی مناسب	X_{24}	کیفیت مساکن روستایی
X_9	نهادهای حاکم و شیوه سازماندهی روستا (محدودیت‌های قانونی)	X_{25}	کیفیت اراضی کشاورزی و عملکرد آنها در واحد سطح
X_{10}	دسترسی به سرمایه‌ها و دارایی‌ها (مواد خام برای تولید محصولات و خدمات، ابزارها و ماشین آلات)	X_{26}	وجود منابع طبیعی روستا (زمین، چشمه، رودخانه، سراب، پوشش جنگلی و مرتع)
X_{11}	میزان دسترسی به منابع مالی کافی	X_{27}	وجود جاذبه‌های گردشگری
X_{12}	میزان موفقیت در جذب مشتریان در بازاریابی محصولات	X_{28}	کیفیت محیط طبیعی روستا (آلودگی منابع آب، هوا و صوتی، وجود فضای سبز در روستا)
X_{13}	وضعیت رقابت و دسترسی به بازار مناسب برای عرضه تولیدات محلی و بومی	X_{29}	نزدیکی به دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی مرکز استان
X_{14}	فشار ناشی از تشکیل شرکت‌های جدید	X_{30}	نزدیکی به مراکز صنعتی (کارخانه، سیلو و ...)
X_{15}	افزایش اشتغالزایی و فرصت‌های شغلی در منطقه	X_{31}	حضور کارآفرینان مجرب در روستا
X_{16}	نبود مشارکت و عدم اعتماد به فناوری	X_{32}	نیروهای کار متخصص، علاقمند و ماهر فنی در روستا

(منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲)

جدول ۷. مقادیر تحلیل عاملی (متغیرهای تأثیرگذار بر توسعه کسب و کارهای خرد، کوچک و متوسط)

ردیف	عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد واریانس تجمعی
۱	اول	۹/۷۸۹	۴۳/۷۲۹	۴۳/۷۲۹
۲	دوم	۱/۷۰۴	۷/۱۰۲	۴۶/۶۴۹
۳	سوم	۱/۵۶۳	۶/۵۱۲	۵۳/۱۶۱
۴	چهارم	۱/۳۷۷	۵/۳۷۳	۵۸/۸۹۷
۵	پنجم	۱/۱۴۸	۴/۷۸۳	۶۳/۶۸۱
۶	ششم	۱/۰۸۲	۷/۵۰۸	۷۲/۳۷۱

(منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲)

۲-۲-۱. نامگذاری عامل‌ها

در جدول (۸) ملاحظه می‌شود، از ۱۳ گویهٔ عامل اوّل، ۴ گویه مربوط به نیروهای اقتصادی و سیاسی روستاست که می‌تواند به عنوان متغیرهای بیرونی مؤثر بر اقتصاد روستا، به گونه‌ای جریان یابد که برای فعالیت‌های پویای کارآفرینی روستایی به عنوان یک فرصت و یا تهدید محسوب گردد؛ از جمله رقابت و دسترسی به بازار مناسب برای عرضه تولیدات محلی و بومی، میزان موفقیت در جذب مشتریان در بازاریابی محصولات، فشار ناشی از تشکیل شرکت‌های جدید، افزایش اشتغالزایی و فرصت‌های شغلی در منطقه و ۲ عامل سیاسی/ قانونی دسترسی به حمل و نقل و جاده‌ها و راه‌های ارتباطی روستایی مناسب در روستا؛ ۷ گویه بعدی نیز به متغیرهای درونی عملیات کارآفرینانه در محیط روستایی مرتبط است که شرایط وقوع آن به مداخله سیاسی و اقتصادی وابسته است، وجود جاذبه‌های گردشگری، نهادهای حاکم و شیوه سازماندهی روستا (محدودیت‌های قانونی)، کیفیت اراضی کشاورزی و عملکرد آنها در واحد سطح، کیفیت مساکن روستایی، کیفیت منابع محیط طبیعی روستا (آلودگی منابع آب، هوا و صوتی، وجود فضای سبز در روستا)، باورها، ذهنیت و طرز تفکر روستاییان، دسترسی به اینترنت از جمله این عوامل هستند که

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.48.2.7]
[DOI: 10.61186/serd.13.2.6]

بر توسعه کارآفرینی در محیط کسب و کار تأثیر می‌گذارند؛ بنابراین، عامل اول را می‌توان "عامل تمایل‌های سیاسی فضا" نام نهاد که به عنوان شرایط علّی و مداخله‌گر لازم بر وقوع کارآفرینی در فضاهای جغرافیایی قلمداد می‌شوند. وفور بنگاه‌های خرد و متوسط کارآفرینی در بسترهای جغرافیایی (فضاهای روستایی مورد مطالعه) حاکی از تأثیر این نیروها در محیط روستانشینی است؛ بدین‌سان به منظور سنجش اثر سیاسی بر روی شکل‌گیری زیرساخت‌ها و کالبد سکونتگاه‌های روستایی، توزیع فضایی کسب‌وکارهای (خرد، کوچک، متوسط و بزرگ) کارآفرینی روستایی و پهنه‌بندی آن در محدوده دهستان‌های شهرستان کرمانشاه در قالب شکل (۳)، نشان داده شده است.

جدول ۸. نتایج حاصل از چرخش عامل‌ها به روش وریماکس (متغیرهای توسعه کسب و کارهای خرد، کوچک و متوسط)

عامل اول۱۳		عامل دوم		عامل سوم		عامل چهارم		عامل پنجم		عامل ششم	
متغیر	بار عاملی	متغیر	بار عاملی	متغیر	بار عاملی	متغیر	بار عاملی	متغیر	بار عاملی	متغیر	بار عاملی
X12	۰/۵۵۸	X29	۰/۸۸۵	X11	۰/۷۶۲	X22	۰/۵۴۱	X20	۰/۵۸۴	X4	۰/۶۶۹
X13	۰/۶۶۹	X30	۰/۸۷۴	X12	۰/۷۶۰	X21	۰/۷۸۳	X23	۰/۵۰۹	X5	۰/۷۵۵
X14	۰/۷۸۳	X31	۰/۶۷۳	X13	۰/۵۱۴	X16	۰/۶۹۶	X10	۰/۸۳۱	X22	۰/۷۰۹
X15	۰/۵۴۱	X32	۰/۶۷۹			X17	۰/۵۰۸				
X7	۰/۷۰۹										
X8	۰/۵۴۱										
X27	۰/۵۲۳										
X9	۰/۵۸۸										
X25	۰/۵۰۱										
X24	۰/۶۷۵										
X28	۰/۷۵۵										
X22	۰/۶۴۹										
X3	۰/۷۳۸										

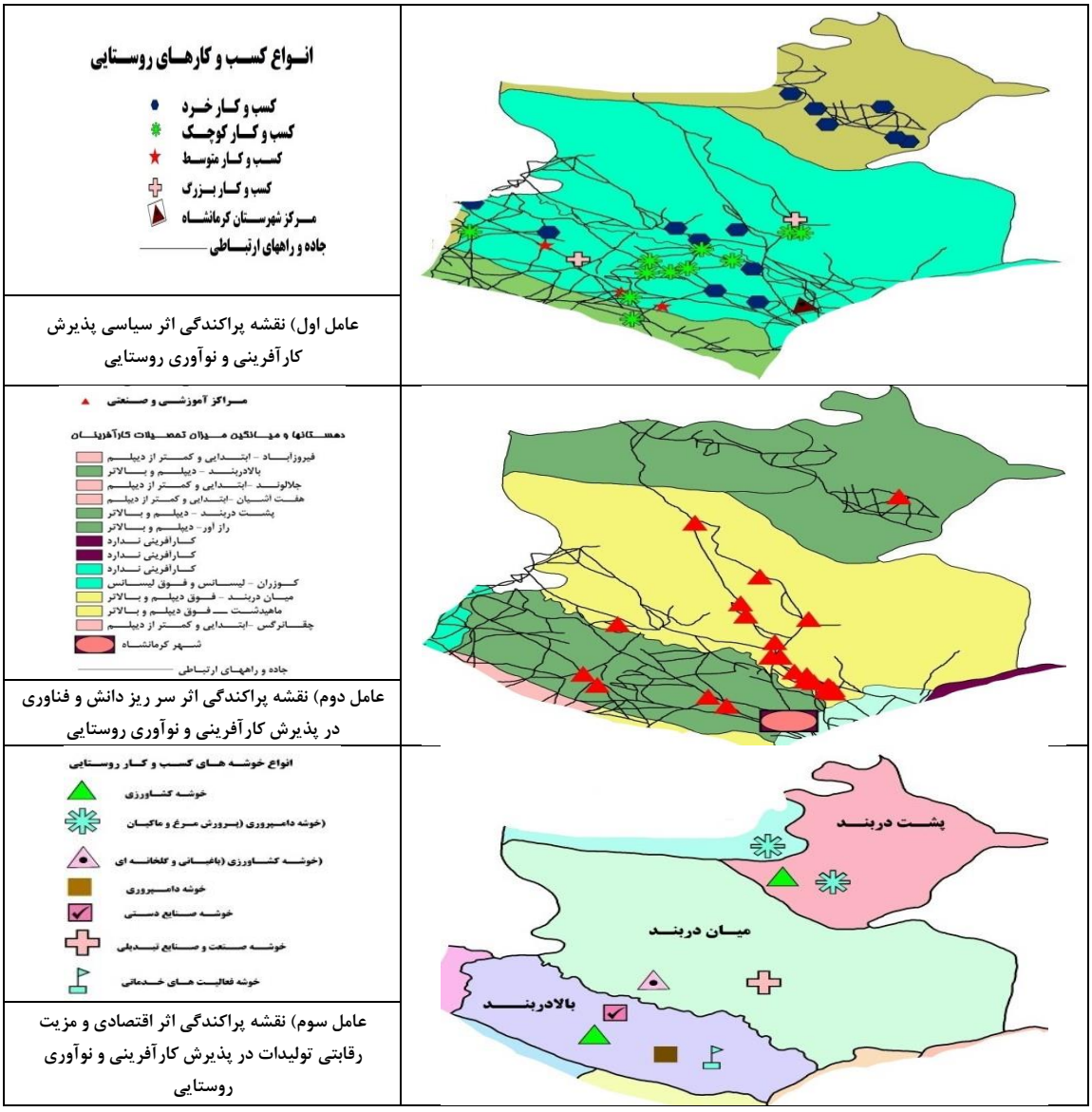
(منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲)

عامل دوم، نیروهای فن‌آورانه‌ای را تبیین می‌کند که منجر به ایجاد شرایط زمینه‌ای لازم برای وقوع کارآفرینی در نواحی روستایی است. نزدیکی به مراکز نشر نوآوری و تربیت نیروهای متخصص همچون دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی، نزدیکی به مراکز صنعتی (کارخانه، سیلو و ...)، حضور کارآفرینان مجرب در روستا و دارا بودن نیروهای کار ماهر فنی در خانواده، شرایط زمینه‌ای لازم برای پذیرش و وقوع کارآفرینی در روستا را تسهیل می‌بخشد. این عامل را می‌توان "*عامل نیروهای دانش‌بنیان سرریز فن‌آوری*" نام نهاد. از این‌رو، برای نشان دادن، اثر فناوری بر روی مهارت نیروی فعال روستا و پذیرش پراکندگی مراکز صنعتی و آموزشی، و میزان تحصیلات کارآفرینان در ناحیه مورد مطالعه در شکل (۳) نشان داده شده است. عامل سوم، مربوط به اثرات اقتصادی و میزان دسترسی به سرمایه، و بازارهای جدید و تأثیر آن بر مزیت رقابتی تولیدات روستایی و شکل‌گیری خوشه‌های کسب و کار است. در واقع این عامل، بیان کنندهٔ آن است که عامل کنش نیروی اقتصادی می‌تواند به عنوان یک کاتالیزور بیرونی به کارآفرین در کشف فرصت‌های کارآفرینانه در محیط روستا و ایجاد رقابت و اشتغال یاری رساند. بنابراین می‌توان آن را "عامل رقابت‌پذیری و بهیودیاب اقتصادی" نام نهاد. بدین‌ترتیب برای نشان دادن اثر اقتصادی و میزان دسترسی به سرمایه و مزیت رقابتی تولیدات، پراکندگی خوشه‌های کسب‌وکار و انواع آن در هر دهستان در قالب شکل (۳) نشان داده شده است.

متغیرهای عامل چهارم تبیین کنندهٔ نیروهای اجتماعی مؤثر بر بروز کارآفرینی در روستا از جمله ذهنیت و باورهای اهالی منطقه، شرایط زندگی آنان، عدم پذیرش نوآوری، موانع ورود نوآوری به روستا (نپذیرفتن فناوری و اطمینان نداشتن مردم، میزان مشارکت و آگاهی نسبت به نوآوری جدید) می‌باشد که در ایجاد و گسترش فعالیت‌های کارآفرینی روستایی نقش کلیدی (علّی) دارند. در نتیجه این عامل، تحت عنوان "نیروی خواسته‌ها و تعامل‌های اجتماعی فضا" نامگذاری گردید. پذیرش اجتماعی از

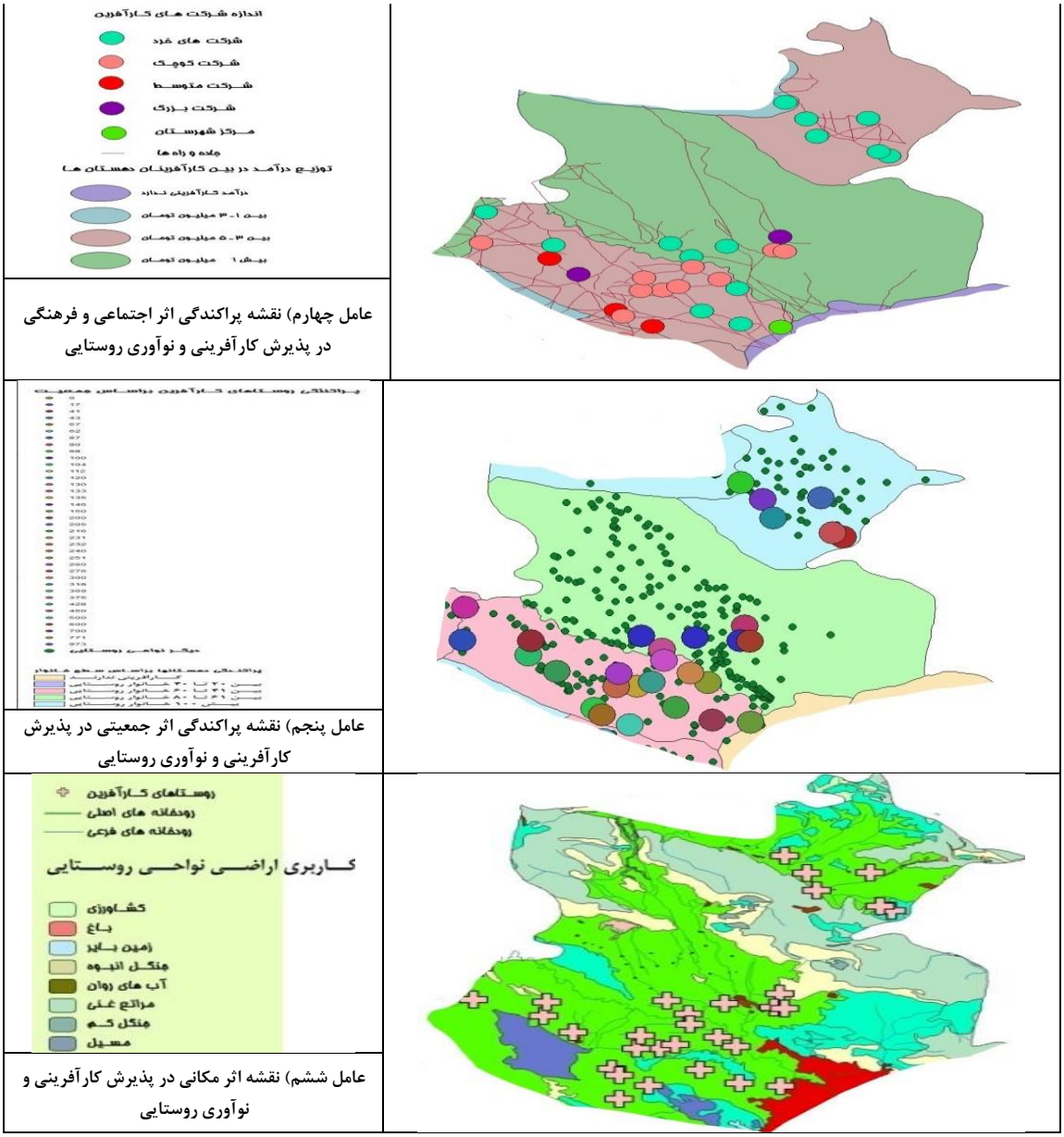
[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.48.2.7]
[DOI: 10.61186/serd.13.2.6]

طریق معیارهایی همچون اجتماعی، مالی و پیامدهای مدیریتی ارزیابی می‌شود. سودآوری معیاری برای میزان تأثیرات اجتماعی است. یکی از ابعاد پذیرش اجتماعی فعالیت کارآفرینی نیز عضویت روستاییان در سازمان‌های غیرانتفاعی و NGOs که برای کسب سود و درآمد شروع به‌کار می‌کنند است. از نظر بوردیو پذیرش اجتماعی از طریق اندازه گروه‌ها یا شبکه‌ها؛ پراکندگی توزیع درآمد اعضا گروه‌ها در شبکه سنجیده می‌شود و کلمن نیز کانال‌های ارتباطی بین روستاییان با فناوری‌های شهری را عامل مؤثر در پذیرش نوآوری می‌داند. بدین‌سان به منظور نشان دادن اثر نیروهای اجتماعی در پذیرش و یا رد کارآفرینی در نواحی روستایی مورد مطالعه در شکل (۳)، پراکندگی توزیع درآمد؛ پراکندگی کسب‌وکارهای کارآفرینی براساس اندازه شرکت نشان داده شده است.



شکل ۳. نقشه پراکندگی اثرات توسعه SMEها در فرآیند نوآوری روستایی (منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.48.2.7]
[DOI: 10.61186/serd.13.2.6]



عامل چهارم) نقشه پراکندگی اثر اجتماعی و فرهنگی در پذیرش کارآفرینی و نوآوری روستایی

عامل پنجم) نقشه پراکندگی اثر جمعیتی در پذیرش کارآفرینی و نوآوری روستایی

عامل ششم) نقشه اثر مکانی در پذیرش کارآفرینی و نوآوری روستایی

ادامه شکل ۳. نقشه پراکندگی اثرات توسعه SMEها در فرآیند نوآوری روستایی (منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

متغیرهای عامل پنجم، مربوط به شرایط زمینه‌ای پذیرش کارآفرینی در بسترهای جغرافیایی است. در واقع این عامل، بیان کنندهٔ آن است که ورود عناصر فضایی کارآفرینی در روستا پیامدهایی همچون تحول جمعیتی و فرهنگی مردم را در استفاده از منابع تولیدی روستا منجر می‌گردد. بنابراین می‌توان آن را "*عامل تحولات جمعیتی و تولیدی فضا*" نام نهاد. بدین‌منظور پراکندگی جمعیت روستاهای کارآفرین، پراکندگی روستاهای کارآفرین براساس سطح خانوار در شکل (۳) نشان داده شده است. عامل ششم، حاکی از اثرات مکانی پذیرش کارآفرینی در نواحی روستایی است. به عبارتی، این عامل، بیان کنندهٔ آن است که پذیرش کارآفرینی در نواحی روستایی، بر حفظ منابع طبیعی روستا و میزان فاصله از شهر که بر تصمیم‌گیری‌های سیاسی و دسترسی به خدمات پشتیبانی دولتی در تولیدات روستایی را به همراه داشته و توسعه پایدار را منجر می‌گردد. بنابراین می‌توان آن را "*عامل حمایت‌های نهادی و محیطی فضا*" نام نهاد. پراکندگی روستاهای کارآفرین براساس فاصله از مرکز شهر کرمانشاه و ویژگی‌های طبیعی و کاربری اراضی در قالب شکل نقشه (۳) ترسیم شده است.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.48.2.7]
[DOI: 10.61186/serd.13.2.6]

بنابراین در مجموع از تحلیل عاملی انجام شده می‌توان ۶ عامل زیربنایی تحت عناوین "عامل تمایل‌های سیاسی فضا"، "عامل نیروهای دانش‌بنیان سرریز فن‌آوری"، "عامل رقابت‌پذیریو بهبودیاب اقتصادی"، "نیروی خواسته‌ها و تعامل‌های اجتماعی فضا"، "عامل تحولات جمعیتی و تولیدی فضا" و "عامل حمایت‌های نهادی و محیطی فضا" را استخراج نمود (جدول (۹) و شکل (۴). طبق شکل (۴)، میزان اثرات متغیرهای توسعه SMEها در فرآیند تحول نوآوری روستایی بر پذیرش یا رد کارآفرینی در شبکه پویای روستانشینی ۷۲/۳۷۱ درصد بوده که در عامل‌های (عامل تمایل‌های سیاسی فضا (۱۹/۳۲۱ درصد)، نیروی دانش‌بنیان سر ریز فن‌آوری (۱۵/۳۲ درصد)، نیروی رقابت‌پذیری و بهبودیاب اقتصادی (۱۱/۱۲ درصد)) و (نیروی خواسته‌ها و تعامل‌های اجتماعی فضا (۱۰/۴۸ درصد)، عامل تحولات جمعیتی و تولیدی فضا (۱۰/۰۸ درصد) و عامل حمایت‌های نهادی و محیطی فضا (۶/۰۵ درصد)) نمود پیدا کرده است.

جدول ۹. نتایج حاصل از چرخش عامل‌ها به روش وریماکس (متغیرهای توسعه کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط)

ردیف	نام عامل	گویه	بار عاملی
۱	**عامل تمایل‌های سیاسی فضا**	میزان موفقیت در جذب مشتریان در بازاریابی محصولات	۰/۵۵۸
		وضعیت رقابت و دسترسی به بازار مناسب برای عرضه تولیدات محلی و بومی	۰/۶۶۹
		فشار ناشی از تشکیل شرکت‌های جدید	۰/۷۸۳
		افزایش اشتغالزایی و فرصت‌های شغلی در منطقه	۰/۵۴۱
		دسترسی به وسایل حمل و نقل مناسب	۰/۷۰۹
		دسترسی به جاده‌ها و راه‌های ارتباطی روستایی مناسب	۰/۵۴۱
		وجود جاذبه‌های گردشگری	۰/۵۲۳
		نهادهای حاکم و شیوه سازماندهی روستا (محدودیت‌های قانونی)	۰/۵۸۸
		کیفیت اراضی کشاورزی و عملکرد آنها در واحد سطح	۰/۵۰۱
		کیفیت مساکن روستایی	۰/۶۷۵
		کیفیت محیط طبیعی روستا (آلودگی منابع آب، هوا و صوتی، وجود فضای سبز در روستا)	۰/۷۵۵
		باورها و ذهنیت اهالی منطقه نسبت به نوآوری	۰/۶۴۹
		دسترسی به اینترنت پر سرعت	۰/۷۳۸
۲	**عامل نیروهای دانش‌بنیان سر ریز فن‌آوری**	نزدیکی به دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی عالی و مراکز خدمات جهاد کشاورزی	۰/۸۸۵
		نزدیکی به مراکز صنعتی (شهرک صنعتی، کارخانه روژین تاک، سیلو و ...)	۰/۸۷۴
		نیروهای کار تخصصی، علاقمند و ماهر فنی در روستا	۰/۶۷۹
		حضور کارآفرینان مجرب	۰/۶۷۳
۳	**عامل رقابت‌پذیری و بهبودیاب اقتصادی**	میزان دسترسی به منابع مالی کافی	۰/۷۶۲
		میزان موفقیت در جذب مشتریان در بازاریابی محصولات	۰/۷۶۰
		وضعیت رقابت و دسترسی به بازار مناسب برای عرضه تولیدات محلی و بومی	۰/۵۱۴
۴	**عامل خواسته‌ها و تعامل-های اجتماعی فضا**	باورها و ذهنیت اهالی منطقه نسبت به نوآوری	۰/۵۴۱
		شرایط و کیفیت زندگی	۰/۷۸۳
		نبود مشارکت و عدم اعتماد به فناوری	۰/۶۹۶
		عدم پذیرش نوآوری و ضعف در ایجاد شبکه‌های منطقه‌ای (انجمن‌ها و خوشه‌های کارآفرینان)	۰/۵۰۸
۵	**عامل تحولات جمعیتی و تولیدی فضا**	درصد مهاجرت از روستا به شهر	۰/۵۸۴
		روحیه کارآفرینانه و ویژگی‌های شخصیتی	۰/۵۰۹
		دسترسی به سرمایه‌ها و دارایی‌ها (مواد خام برای تولید محصولات و خدمات، ابزارها و ماشین آلات)	۰/۸۳۱
۶	**عامل حمایت‌های نهادی و محیطی فضا**	دسترسی به خدمات حمایتی بیمه کسب و کارهای جدید	۰/۶۶۹
		دسترسی به خدمات پشتیبانی بخش دولتی از مشاغل روستایی	۰/۷۵۵
		باورها و ذهنیت اهالی منطقه نسبت به نوآوری	۰/۷۰۹

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.48.2.7]
[DOI: 10.61186/serd.13.2.6]



شکل ٤. مدل تجربی اثرات توسعه SMEها در فرآیند تحول نوآوری روستایی، (منبع: نگارنده: ۱۴۰۲)

بحث

نتایج بدست آمده از این مقاله با یافته‌های مارکلی (۲۰۰۹)، رضایی و همکاران (۱۴۰۲) و باشیر (۲۰۱۳) که بر نیروهای اقتصادی، مولر (۲۰۱۳)، رحمانی‌فضلی و همکاران (۱۳۹۷۸) آقدریچ و کلیماج (۲۰۰۴) و بایتا و آندریاسی (۲۰۲۱) بر اثرات سر ریز دانش کارآفرینی، و بر چگونگی بافت محلی و شیوه‌های مدیریت منابع کارآفرینی تأکید داشتند. آنان بر سرمایه کارآفرینی (تراکم کسب وکارهای صنعتی؛ شرکت‌های جدید؛ درصد از بین رفتن)، مارکلی (۲۰۰۵) و مارکلی و همکاران (۲۰۰۲)، سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و سرمایه اقتصادی را در توسعه کارآفرینی منطقه‌ای مهم دانسته‌اند.

طهماسبی و همکاران (۱۴۰۱)، مارکلی (۲۰۰۵) و مارکلی و همکاران (۲۰۰۲)، بر نیروهای فرهنگی و اجتماعی در توسعه کارآفرینی تأکید داشتند، مطابقت دارد. سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی (اهمیت سطح آگاهی، آموزش و توانایی‌های ارتباطی کارآفرینان روستایی، تقویت سیاست‌های سرمایه‌گذاری دولت و نهادهای غیردولتی) را در توسعه کارآفرینی منطقه‌ای مهم دانسته و از همچنین از نگاه ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و سرمایه اقتصادی به کارآفرینی توجه کرده‌اند. آقدریچ و کلیماج (۲۰۰۴)، متغیرهای رشد درون‌زا، متغیرهای اقتصادی و سرمایه کارآفرینی را "ظرفیت عوامل اقتصادی در جهت تولید شرکت‌های جدید" می‌دانستند. باشیر (۲۰۱۳) بر اثرات متغیرهای رشد درون‌زا (رشد جمعیت، اشتغال، درآمد، تعداد شرکت‌های جدید، ارزش متوسط مسکن) تأکید داشتند.

بنابراین مطابق با نتایج، در فرآیند شکل‌گیری مفهوم کارآفرینی، تغییرات الگوهای رفتاری در مواجه با بحران‌های اقتصادی و از سویی دیگر اجتماعی شدن پدیده‌ها به ویژه در نظام سرمایه‌داری چیزی نیست مگر وارد شدن به بازار، یعنی تبدیل شدن نوآوری به کالا. چگونگی این تبدیل در جوامع محلی (کشورهای در حال توسعه مانند ایران)، یکی از مباحث اساسی در نوآوری و حرکت به سمت فعالیت‌های کارآفرینی مولد است؛ به عبارتی، جهت استراتژی‌های توسعه در محدوده مورد مطالعه به خواسته‌های اجتماعی و انگیزه‌های سیاسی تمایل پیدا کرده است

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

یافته‌های مطالعه کمّی تحلیل توسعه SMEها در فرآیند تحول نوآوری روستایی: رهیافتی بر گذار از بحران اقتصادی دهستان‌های میان دربند، بالا دربند و پشت دربند کرمانشاه نشان داد که شش عامل اصلی شکل دهندهٔ کسب و کارهای خرد، کوچک و متوسط در نواحی روستایی شهرستان کرمانشاه بودند:

عامل اول نیروهای تمایل‌های سیاسی فضا است که به عنوان شرایط علّی و مداخله‌گر لازم بر وقوع کارآفرینی در فضاهای جغرافیایی قلمداد می‌شوند. وفور بنگاه‌های خرد و متوسط کارآفرینی در بسترهای جغرافیایی (فضاهای روستایی مورد مطالعه) حاکی از تأثیر این نیروها در محیط روستانشینی است؛ به طوری‌که، دهستان‌های بالادربند و میان‌دربند بیشترین تعداد کسب و کارهای خرد و کوچک را داراست و فقط در دهستان میان‌دربند کسب و کارهای متوسط و بزرگ دیده می‌شود.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.48.2.7]
[DOI: 10.61186/serd.13.2.6]

عامل دوم، نیروهای فن‌آورانه‌ای را تبیین می‌کند که منجر به ایجاد شرایط زمینه‌ای لازم برای وقوع کارآفرینی در نواحی روستایی است. نزدیکی به مراکز نشر نوآوری و تربیت نیروهای متخصص همچون دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی، نزدیکی به مراکز صنعتی (کارخانه، سیلو و ...)، حضور کارآفرینان مجرب در روستا و دارا بودن نیروهای کار ماهر فنی در خانواده، شرایط زمینه‌ای لازم برای پذیرش و وقوع کارآفرینی در روستا را تسهیل می‌بخشد. این عامل را می‌توان "عامل نیروی دانش‌بنیان سرریز فن-آوری" نام نهاد. دهستان میان دربند بیشترین تعداد مراکز آموزشی صنعتی را داراست که این مراکز نقش سرریز دانش را در این مناطق می‌توانند داشته باشند. همچنین این دهستان نیز بالاترین سطح تحصیلات را در میان کارآفرینان داراست (لیسانس و فوق لیسانس) که توانسته عامل انسانی را در این منطقه تقویت و شرایط لازم را برای وقوع کارآفرینی از طریق نیروهای متخصص فراهم نماید.

عامل سوم، مربوط به اثرات اقتصادی و میزان دسترسی به سرمایه، و بازارهای جدید و تأثیر آن بر مزیت رقابتی تولیدات روستایی و شکل‌گیری خوشه‌های کسب و کار است. در واقع این عامل، بیان کنندهٔ آن است که عامل رقابت‌پذیری و بهبودیاب اقتصادی می‌تواند به عنوان یک کاتالیزور بیرونی به کارآفرین در کشف فرصت‌های کارآفرینانه در محیط روستا و ایجاد رقابت و اشتغال یاری رساند و می‌توان آن را عامل کنش نیروی اقتصادی نام نهاد. پراکندگی خوشه‌های کسب‌وکار و انواع آن در هر دهستان نشان داده است که دهستان بالا دربند مستعد خوشه‌های کشاورزی، خوشه دامپروری، صنایع دستی، خوشه فعالیت‌های خدماتی است. دهستان میان دربند نیز با توجه به ویژگی‌های طبیعی قابلیت داشتن خوشه‌های کشاورزی (باغبانی و گلخانه‌ای) و خوشه صنعت و صنایع دستی را داراست. پشت دربند نیز خوشه پرورش مرغ و ماکیان را دارا بود.

متغیرهای عامل چهارم تبیین کنندهٔ نیروهای اجتماعی مؤثر بر بروز کارآفرینی در روستا از جمله ذهنیت اهالی منطقه، شرایط زندگی آنان، موانع ورود نوآوری به روستا (نپذیرفتن و اطمینان نداشتن مردم، میزان مشارکت و آگاهی نسبت به نوآوری جدید) می‌باشد که در ایجاد و گسترش فعالیت‌های کارآفرینی روستایی نقش کلیدی (علّی) دارند. در نتیجه این عامل، با عنوان "نیروی خواسته‌ها و تعامل‌های اجتماعی فضا" نامگذاری گردید؛ که توزیع درآمد و اندازه‌شرکت‌های کارآفرین در نقاط مختلف با توجه به درجه پذیرش اجتماعی نوآوری منجر شده است.؛که این پذیرش اجتماعی در بخش مرکزی شهرستان به خوبی نمایان است. متغیرهای عامل پنجم، مربوط به تحولات جمعیتی و تولیدی فضا در بسترهای جغرافیایی است. در واقع این عامل، بیان کنندهٔ آن است که ورود عناصر فضایی کارآفرینی در روستا پیامدهایی همچون تحول جمعیتی و فرهنگی مردم را در استفاده از منابع تولیدی روستا منجر می‌گردد. این نتیجه حاکی از آن است که کانون‌های کارآفرینی سکونتگاه‌های روستایی در نقاط مختلف شهرستان از نظر جمعیت روستا و سطح خانوارهای روستایی نسبت به دیگر نقاط در وضعیت بهتری بسر می‌برند. پر جمعیت‌ترین سکونتگاه‌ها در دهستان‌های بالادربند، میان‌دربند، پشت‌دربند و ماهیدشت استقرار یافته است.

عامل ششم، حاکی از اثرات مکانی پذیرش کارآفرینی در نواحی روستایی است. به عبارتی، این عامل، بیان کنندهٔ آن است که پذیرش کارآفرینی در نواحی روستایی، بر حفظ منابع طبیعی روستا و میزان فاصله از شهر که بر تصمیم‌گیری‌های سیاسی و دسترسی به خدمات پشتیبانی دولتی در تولیدات روستایی را به همراه داشته و توسعه پایدار را منجر می‌گردد. بنابراین پراکندگی روستاهای کارآفرین براساس فاصله از مرکز شهر کرمانشاه و ویژگی‌های طبیعی و کاربری اراضی نشان می‌دهد که سکونتگاه-های کارآفرینی اکثراً در نزدیکی مرکز شهر کرمانشاه و در نواحی استقرار یافته‌اند که کاربری اراضی آنها اغلب از نوع زمین کشاورزی و یا مراتع غنی می‌باشد. همچنین عمده فعالیت‌های کارآفرینی شکل گرفته در این مناطق بر پایه توسعه پایدار و مبارزه با بحران کم آبی و یا خشکسالی (کاشت زعفران) و یا مبارزه با آلودگی‌های محیط زیستی (تولید کودهای ارگانیک) مورد استقبال روستاییان قرار گرفته است. بنابراین با توجه به نتایج تحقیق می‌توان توصیه راهبردی زیر را برای تحول فرآیند کارآفرینی و نوآوری روستایی در گذار از بحران اقتصادی دهستان‌های مورد مطالعه در شهرستان کرمانشاه از طریق توسعه کسب‌وکارهای جدید ارائه داد.

با توجه به اینکه در بخش میان دربند و بالا دربند شهرستان کرمانشاه، بیشترین تعداد کسب‌وکارهای خرد و کوچک و حتی بزرگ، بیشترین مراکز آموزش صنعتی و دارا بودن نیروهای متخصص و آموزش دیده نمود بارزی دارد؛ همچنین، اثرات اقتصادی

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.48.2.7]
[DOI: 10.61186/serd.13.2.6]

و میزان دسترسی به سرمایه، و بازارهای جدید و تأثیر آن بر مزیت رقابتی تولیدات روستایی، پذیرش اجتماعی کارآفرینی و مشارکت را در میان روستاییان منجر شده، به طوری که شکل‌گیری فضایی فعالیت‌های کارآفرینی (شکل‌گیری خوشه‌های کسب و کارهای مختلف) در نواحی روستایی این دو دهستان مشهود است، کارآفرینی بر تحول جمعیتی و فرهنگی نواحی روستایی این بخش نیز تأثیر چشم‌گیری داشته است. بنابراین توسعه کسب و کارهای خرد، کوچک و متوسط منجر شده است که دو دهستان بالادربند و میان دربند به مکان مرکزی تبدیل شده به طوری‌که پیامدهای فضایی کارآفرینی در بیشتر نقاط آن قابل رؤیت است. این دو دهستان می‌توانند قابلیت انتشار نوآوری و سر ریز دانش به دیگر دهستان‌های پیرامون دورتر از مرکز شهرستان را دارا باشد، از این‌رو، با ارتقای امکانات و آموزش و تسهیلات مالی بیشتر در نواحی روستایی این بخش می‌توان انتشار نوآوری و پذیرش اجتماعی کارآفرینی در نواحی روستایی دور افتاده‌تر را نیز شاهد باشیم.

ملاحظات اخلاقی

نویسندگان اصول اخلاقی را در انجام و انتشار این پژوهش علمی رعایت نموده‌اند و این موضوع مورد تأیید همه آنهاست.

تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسنده این مقاله تعارض منافع ندارد.

حامی مالی

مقاله حاضر حامی مالی نداشته است.

منابع

انصاری، محمدتقی؛ عباس، سلمانی‌زاده (۱۳۸۸). بررسی عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی از دیدگاه کارآفرینان کشور. *پژوهش‌نامه مدیریت تحول (پژوهش‌نامه مدیریت)*. ۱ (۱)، ۱۱۰-۸۷.

بابایی، محسن؛ علایی‌کهرودی، حسین (۱۳۹۳). تحلیل اثر مؤلفه‌های محیطی در توسعه و تعالی کسب‌وکار و کارآفرینی. کنفرانس بین‌المللی توسعه و تعالی کسب و کار، تهران ۲۶ آذر ماه ۱۳۹۳. ۲۰۲.

سلیمی‌سبحان، محمدرضا، فیضی، سلمان، یاپنگ غراوی، محمد (۱۳۹۷). تحلیل اثرات کارآفرینی بر توسعه پایدار گردشگری روستایی شهرستان اردبیل. اقتصادفضا و توسعه روستایی، ۷ (۲۷)، ۳۶-۲۱.

دراکر، پیتر اف (۱۳۷۸). دانش نوآوری. ترجمه علی چیت‌ساز، *توسعهٔ مدیریت*. ۹ (۷).

غفاری، عبدالله (۱۳۹۷). جایگاه کسب و کارهای کوچک و متوسط (SME) در اقتصاد امروز. *روزنامه افغانستان*، پنج شنبه، ۱۵ سنبله ۱۳۹۷. قابل دسترس در سایت:

http://www.dailyafghanistan.com/opinion_detail.php?post_id=144759

رضایی، بیژن، خدادوستی، میثم، خدادوستی، فاطمه (۱۴۰۲). ارائه مدل تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در میان زنان کارآفرین روستایی استان کرمانشاه. اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۱۲ (۴۵)، ۱۶-۱.

رحمانی‌فضلی، عبدالرضا، عزیزپور، فرهاد، شامانیان، مریم (۱۳۹۸). تحلیل ظرفیت‌های توسعه کارآفرینی در ناحیه روستایی دامغان. اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۸ (۲۸)، ۱۵۶-۱۳۳.

زحمت‌کش‌ممتاز، جواد؛ افراخته، حسن؛ ریاحی، وحید؛ قدیری‌معصوم، مجتبی (۱۴۰۲). مدل‌سازی عوامل نهادی مؤثر بر توسعه کارآفرینی (مورد مطالعه: ناحیه روستایی نسا در شهرستان کرج). اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۱۲ (۴۶)، ۲۰-۱.

روزبهانی، عباس، مرادی، حوریه، عباسی، حامد (۱۳۹۹). تبیین آثار مؤلفه‌های پیش‌برنده توسعه کارآفرینی در مقاصد گردشگری روستایی (مورد: بخش سامن شهرستان ملایر). پژوهش‌های روستایی، ۱۱ (۲)، ۳۶۴-۳۵۰.

طهماسبی، کلثوم، رضایی، بیژن؛ نادری، نادر (۱۴۰۱). واکاوی عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی شهرستان نهاوند. اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۱۱ (۴۲)، ۲۱۲-۱۹۵.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.48.2.7]
[DOI: 10.61186/serd.13.2.6]

فراهانی، حسین؛ رسولی‌نیا، زکیه، اصدقی سراسکانرود، زهرا (۱۳۹۳). عوامل اثرگذار بر رشد کارآفرینی در نواحی روستایی مورد: دهستان جابرانصار در شهرستان آبدانان. اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۳ (۹)، ۱۶-۱.

قمبرعلی، رضوان و رستمی، فرحناز (۱۳۹۴). بررسی رابطه ارزش‌های کارآفرینان و درک آنان از موفقیت. نشریه کارآفرینی در کشاورزی. جلد اول، شماره دوم، ۹۲_ ۷۷.

مرادی، حوریه (۱۳۹۸). تحلیل زمینه‌های کارآفرینی در توسعه فضاهای پیراشهری مورد: شهرستان کرمانشاه. دو فصلنامه توسعه فضاهای پیراشهری، سال اول، شماره دوم (پیاپی۲). صص ۱۵۰_ ۱۳۷.

مرادی، حوریه، جوان، فرهاد، امرایی، سپیده، بیرانوندراد، مریم (۱۳۹۹). اثرات کارآفرینی روستایی در توسعه فضاهای پیراشهری شهرستان کرمانشاه. اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۹ (۳۴)، ۸۲-۶۳.

مرکز آمار ایران (۱۳۸۵). نتایج تفصیلی سرشماری عمومی نفوس و مسکن فرهنگ آبادی‌های کشور، استان کرمانشاه، شهرستان کرمانشاه.

هاشمی، سیدسعید؛ ایمنی، سیاوش (۱۳۸۸). *مدل‌سازی منطقه روستایی نمونه با تأکید بر اشتغال و کارآفرینی استان ایلام و ارائه راهکارهای عملیاتی*. طرح پژوهشی سال ۱۳۸۷ ـ ۱۳۸۸. کارفرما سازمان کار و امور اجتماعی، مجری طرح سازمان همیاری و اشتغال دانش-آموختگان با همکاری جهاد دانشگاهی واحد تربیت‌معلم.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.48.2.7]
[DOI: 10.61186/serd.13.2.6]

References

Acs, Z.J., (2002). *Innovation and the growth of cities, Cheltenham*, UK: E. Elgar.

Acs, Z.J and N. Virgill. (2009). *Entrepreneurship in Developing Countries*. Jena Economic Research Papers 2009 – 023. Pp: 1-80. 67

Acs, Z.J. and Audretsch, D.B. (2010). *Knowledge Spillover Entrepreneurship*, In Acs, Z.J. and Armstrong, H.; Taylor, J. (2000). Regional Economics and Policy, 3rd ed.; Blackwell: London, UK, 2000.

Audretsch, D.B. (2010), Handbook of Entrepreneurship Research – An Interdisciplinary Survey and Introduction 2nd Edition

Allen, J. C.; Korsching, P.F. & R. Vogt (2003). Examination of Community Action Field Theory Model for Locality Based Entrepreneurship; Presented at the Annual Rural Sociological Society Meeting, Montreal, Canada.

Ansari, Mohammad Taghi; Abbas, Salmanizadeh (2009). Investigating the environmental factors affecting the development of entrepreneurship from the point of view of the country's entrepreneurs. Change Management Research Paper (Management Research Paper). 1 (1), 110-87. (in Persian) https://journals.gau.ac.ir/article_2275

Audretsch, D., M. Keilbach, and E. Leimann, (2006). "Entrepreneurship and Economic Growth". Oxford University Press.

Audrestsch, D. and Thuirk, A. (2001) What Is New about the New Economy: Sources of Growth in the Managed and Entrepreneurial Economies. Industrial and Corporate change, Vol. 10, No. 1. Pp 267-315.

Audretsch, D., and Keilbach, M. (2004). "Entrepreneurship Capital and Economic Performance." Regional Studies, 38(8), 949 - 959.

Audresch, D.; Grilo, I. and Thurik, A. Roy. (2007). Handbook of Research on Entrepreneurship policy. Pp: 5-11.

Babaei, Mohsen; Alaei-Kahroudi, Hossein (2014). Analysis of the effect of environmental components in the development and excellence of business and entrepreneurship. International Conference on Business Development and Excellence, Tehran, December 26, 2013. 202. S (in Persian)

Baeta, Felipe and Andreassi, Tales (2021). The Role of Prior Knowledge in the Process of Recognizing Entrepreneurial Opportunities. *In book: Entrepreneurship - Contemporary Issues*, 1-12. https://doi: 10.5772/intechopen.94161

Bashir, S. (2013). A Spatial Analysis of the role of entrepreneurship in the economic development in north east region of the United States. Dissertation submitted to the Davis College of Agriculture, Natural Resources and Design at West Virginia University. P, 121.

Beer, A.; Haughton, G.; Maude, A. (2003). Developing Locally: An International Comparison of Local and Regional Economic Development; Policy Press: Bristol, UK, 2003.

De Mel, S., McKenzie, D., Woodruff, C., (2009), Innovative Firms or Innovative Owners? Determinants of Innovation in Micro, Small, and Medium Enterprises, IZA Discussion Paper No. 3962

Desai, S., and Acs, (2007). A theory of destructive entrepreneurship. Jena economic research papers, No. 2007,085, http:// hdl.handle.net/10419/25657

Davies, A.R. (2009). Does sustainability count? Environmental policy, sustainable development and the governance of grassroots sustainability enterprise in Ireland. Sustain. Dev. 2009, 17, 174–182

Drucker, P. F. (1985) Innovation and Entrepreneurship; Practice and Principles, New York: HarperCollins Publishers Inc., NY 10022

Farahani, Hossein; Rasoulinia, Zakieh, Asadaghi Saraskanroud, Zahra (2013). Factors affecting the growth of entrepreneurship in rural areas. Case: Jabransar village in Abdanan County. Spatial Economics and Rural Development, 3(9), 1-16. (in Persian)

Fasenfest, D.; Ciancanelli, P. (1997); Reese, L.A. Value, exchange and the social economy: Framework and paradigm shift in urban policy. Int. J. Urban Reg. Res. 1997, 21, 7–22.

Ghaffari, Abdullah (2017). The place of small and medium enterprises (SME) in today's economy. Afghanistan newspaper, Thursday, 15 Sanblah 2017. Available on the website: http://www.dailyafghanistan.com/opinion_detail.php?post_id=144759 (in Persian)

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.48.2.7]
[DOI: 10.61186/serd.13.2.6]

GTZ (GmbH Technische Zusammenarbiet) (2003). Guide to Rural Economic and Enterprise Development, Working Paper, Deutsche Gesellschaft fur.

Ghamberali, Rizvan and Rostami, Farhanaz (2014). Investigating the relationship between entrepreneurs' values and their understanding of success. Journal of Entrepreneurship in Agriculture. The first volume, the second issue, 77-92. (in Persian) http:/ journals.gau.ac.ir/article_2378

Hansen, N., (1992). Competition, Trust, and Reciprocity in the Development of Innovative Regional Milieux. The Journal of RSAI, 71(2): p. 95-105.

Hashemi, Seyed Saeed; Imani, Siavash (2008). Modeling a sample rural area with an emphasis on employment and entrepreneurship in Ilam province and providing operational solutions. Research plan for the year 2007-2008. The employer of the labor and social affairs organization, the executor of the graduate cooperation and employment organization project with the cooperation of the academic jihad of the teacher training unit. (in Persian)

Iran Statistics Center (2015). Detailed results of the general population and housing census of the country's cultural settlements, Kermanshah province, Kermanshah County. (in Persian)

Julian, S.D. et al (2000); «SWOT, SWot, or swOT? An Exploration of the Relative Effect of the Internal and External Environments on Organizational Responses to a Strategic Issue».

Kirchhoff, B. A. (1994). Entrepreneurship and Dynamic Capitalism: The Economics of Business Firm Formation and Growth. Westport, CT: Praeger.

Kim, D., and Lim, U (2017). Social Enterprise as a Catalyst for Sustainable Local and Regional Development. Sustainability 2017, 9, 1427; https://doi:10.3390/su9081427

Mackeever, E., Jack, S., Anderson, A., 2014. Embedded entrepreneurship in the creative reconstruction of place. J. Bus. Ventur. (In press).

Markley. D. M.; 2005. "local Strategies for Responding to Rural Restructuring: The Role of Entrepreneurship"; Globalization and Restructuring in Rural America Conference ERS-USDA June 6, 2005 Washington. D.C.

Markley, Deborah M. 2002. "Entrepreneurship in Rural America; Prepared for the NCSL Rural Development Task Force"; Center for Rural Entrepreneurship.

Moradi, Horieh (2018). Analysis of entrepreneurship fields in the development of peri-urban spaces case: Kermanshah County. Two quarterly magazines on the development of peri-urban spaces, first year, second issue (series 2). pp. 137-150. (in Persian) https://doi:20.1001.1.26764164.1398.1.2.11.3

Moradi, Horieh, Javan, Farhad, Amrai, Sepideh, Biranvondarad, Maryam (2019). The effects of rural entrepreneurship in the development of peri-urban spaces in Kermanshah. Spatial Economics and Rural Development, 9(34), 82-63. (in Persian) https://serd.khu.ac.ir/article-1-3622

Nijkamp, P. and J. Poot, (1998). Spatial perspectives on new theories of economic growth. The Annals of Regional Science. 32: p. 7-37.

Papzan, A., Zarafshani, K., Tavakoli, M., Papzan, M. (2008). Determining factors influencing rural entrepreneurs' success: A case study of Mahidasht township in Kermanshah province of Iran, Afr. J. Agric. Res. 3(9): 597-600.

Pike, A.; Rodríguez-Pose, A.; Tomaney, J. (2006). Local and Regional Development; Routledge: London, UK, 2006.

Popesu, N, E., (2014). Entrepreneurship and SMEs Innovation in Romania. Procedia Economics and Finance 16 (2014) 512 – 520.

Rezaei, Bijan, Khodadousti, Maitham, Khodadousti, Fatemeh (2023). Presenting a model for identifying entrepreneurial opportunities among rural women entrepreneurs in Kermanshah province. Spatial Economics and Rural Development, 12 (45), 1-16. (in Persian)

Reagan B. (2002); Are high-growth entrepreneurs building the rural economy? Center for the Study of Rural America. Kansas City, Mo.: Federal Reserve Bank of Kansas City.

Rahmani-Fazli, Abdul Reza, Azizpour, Farhad, Shamanian, Maryam (2018). Analysis of entrepreneurship development capacities in Damghan rural area. Spatial Economics and Rural Development, 8(28), 156-133. (in Persian)

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.48.2.7]
[DOI: 10.61186/serd.13.2.6]

Rozbahani, Abbas, Moradi, Hourieh, Abbasi, Hamed (2019). Explaining the effects of the leading components of entrepreneurship development in rural tourism destinations (Case: Saman section of Malair county). Rural Research, 11 (2), 364-350. (in Persian)

Salimi-Sebahan, Mohammad Reza, Faizi, Salman, Yapong Gharavi, Mohammad (2017). Analyzing the effects of entrepreneurship on the sustainable development of rural tourism in Ardabil County. Spatial Economics and Rural Development, 7(27), 21-36. (in Persian) http://serd.khu.ac.ir/article-۱-۳۲۱۱

Saure, R. J. (1986). Agriculture and the Rural Community: Opportunities and Challenges for Rural Development, Interdependenecies of Agricultural and Rural Communities in the Twenty first Century: The North Central Region, P. F. Iowa State University, Ames, IA, pp. 1-11.

Storper, M. (1997). The Regional World: Territorial Development in a Global Economy; Guilford Press: New York, NY, USA, 1997.

Tahmasabi, Kulthum, Rezaei, Bijan; Naderi, Nader (2022). Analyzing the factors affecting the entrepreneurship of rural women in Nahavand County. Spatial Economics and Rural Development, 11(42), 212-195. (in Persian)

Wennekers, S., and Thurik, R. (1999). "Linking Entrepreneurship and Economic Growth." Small Business Economics, 13(1), 27.

Zahmatkesh, Javad; Afrahakhte, Hassan; Riahi, Vahid; Qadiri-Masoom, Mojtabi (2023). Modeling of institutional factors affecting the development of entrepreneurship (case study: Nesa rural district in Karaj County). Spatial Economics and Rural Development, 12 (46), 1-20. (in Persian)

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.48.2.7]

[DOI: 10.61186/serd.13.2.6]

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.48.2.7]

[DOI: 10.61186/serd.13.2.6]