Sari Agriculture Sciences and Natural Resources University

Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture Vol. 12, Issue 2, 2025 p: 44-59

OPEN ACCESS

Research Paper

Designing an Opportunity-Oriented Model of the Rural Entrepreneurship Process (Case study: Western Counties of Golestan Province)

Maedeh Olyani[1], Omid Jamshidi[2], Fatemeh Razaghi Borkhani[3] and Fatemeh Shafiee[3]

1- M.Sc Student of Agricultural innovation and entrepreneurship, Department of Agricultural Extension and Education, Sari Agricultural Sciences and Natural Resources University, Sari, Iran
2- Assistant Professor, Department of Agricultural Extension and Education, Sari Agricultural Sciences and Natural Resources University, Sari, Iran, (Corresponding author: o.jamshidi@sanru.ac.ir)
3- Assistant Professor, Department of Agricultural Extension and Education, Sari Agricultural Sciences and Natural Resources University, Sari, Iran

Received: 27 January, 2025 Revised: 6 April, 2025 Accepted: 12 May, 2025

Extended Abstract

Background: Rural entrepreneurship, as one of the fundamental components of sustainable development, plays an important role in creating employment, reducing poverty, increasing income, and preventing the migration of rural residents. However, the potential capacities for entrepreneurship have not yet been fully realized in many rural areas of Iran, including Golestan Province, due to the lack of comprehensive and localized models for identifying and exploiting opportunities. The present study aimed to design an opportunity-oriented model of the rural entrepreneurship process in the western counties of Golestan Province. With an emphasis on the roles of entrepreneurial alertness, human capital, entrepreneurial spirit, environmental support, and networking skills, this study attempts to explain the mechanisms affecting the recognition and exploitation of entrepreneurial opportunities in the rural context. Golestan Province, especially its western counties, has a high capacity for entrepreneurship development due to its rich natural resources, climatic diversity, and young labor force. However, the absence of suitable models for identifying and utilizing opportunities is considered one of the serious obstacles to the development path. Based on conducted studies, the rural areas of Gomishan, Bandar Torkaman, and Bandar Gaz counties are at the lowest level of development in Golestan Province and also have the lowest per capita agricultural land. These conditions not only indicate serious limitations in the productive resources of these areas but also double the necessity of identifying hidden capacities and their targeted utilization within the framework of rural entrepreneurship policies. Therefore, the opportunity-oriented model of the rural entrepreneurship process, focusing on the identification and exploitation of local opportunities, can provide a conceptual framework for a better understanding of this process. This model emphasizes the use of local resources and sustainable development. The western counties of Golestan, with their economic and social diversity, have provided a suitable setting for examining this model. The present article aims to explain this model by examining factors influencing opportunity recognition, the ways of their exploitation, and the role of local institutions in facilitating this process. The results of this study can guide policymakers in developing entrepreneurship and improving the conditions of rural areas.

Methods: Considering that this study seeks to present a suitable model of opportunity-based rural entrepreneurship, it is applied research in terms of the purpose, non-experimental regarding variable control, and falls within the category of survey research with an overall quantitative approach concerning data collection. In this research, the statistical population included rural entrepreneurs (owners of rural industries and businesses) in the western part of Golestan Province, which amounted to 250 individuals or businesses according to the statistics of the Golestan Agricultural Jihad Organization in 2024. A sample size of 144 people was determined using the Krejcie and Morgan table, and the required data were collected using random sampling with proportional allocation based on the western counties of Golestan Province. The main research instrument was a researcher-made questionnaire, the face validity of which was confirmed by an academic expert panel, and its convergent and discriminant validity was confirmed using the Average Variance Extracted (AVE) index. The reliability of the research scales was estimated at a desirable level by calculating Composite Reliability (CR) and Cronbach's Alpha coefficients.

Results: The results of data analysis using Structural Equation Modeling (PLS-SEM) showed significant and directional relationships among the research variables. Specifically, entrepreneurial alertness had the greatest impact on the recognition of entrepreneurial

Copyright ©2025 Olyani et al. Published by Sari Agricultural Sciences and Natural Resources University.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 Unported License which allows users to read, copy, distribute and make derivative works for non-commercial purposes from the material, as long as the author of the original work is cited properly.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]

[DOI: 10.61882/jea.2025.431]

opportunities among rural entrepreneurs in the western counties of Golestan Province. This variable acted as an intermediary link between human capital, entrepreneurial spirit, and networking skills, and played a key role in the process of forming innovative ideas. Based on the path coefficients and model fit indices, about 41.7% of the changes in the variable of opportunity recognition were explained by three factors: entrepreneurial alertness, human capital, and social networks. Furthermore, entrepreneurial spirit and networking skills indirectly influenced opportunity recognition through their impact on entrepreneurial alertness. On the other hand, the results of the model showed that the environmental support variable (including legal, financial, and educational support) did not significantly affect the entrepreneurship process. This result indicates the weakness of institutional structures and the lack of efficient support mechanisms in the rural areas of Golestan Province.

Conclusion: Given the results, policymakers and planners in the field of rural entrepreneurship are recommended to design programs to strengthen entrepreneurial alertness and human capital in rural areas. These programs could include skill-based training, the development of communication networks, and the promotion of an entrepreneurial spirit among rural residents. Additionally, creating suitable platforms for environmental support, such as facilitating access to financial resources, technology, and information, can improve the opportunity recognition process and, ultimately, contribute to the development of rural entrepreneurship. Finally, further research focusing on the role of environmental support and other factors influencing rural entrepreneurship can enrich and complement the findings in this field.

Keywords: Entrepreneurship development, Entrepreneurial awareness, Entrepreneurial spirit, Opportunity recognition

How to Cite this Article: Olyani, M., Jamshidi, O., Razaghi Borkhani, F., & Shafiee, F. (2025). Designing an Opportunity-Oriented Model of the Rural Entrepreneurship Process (Case study: Western Counties of Golestan Province). *J Entrepreneurial Strategies Agric,* 12(2), 44-59. DOI: 10.61882/jea.2025.431

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]

[DOI: 10.61882/jea.2025.431]

دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری

مقاله پژوهشی

تبیین الگوی فرصت‌محور فرآیند کارآفرینی روستایی (مورد مطالعه: شهرستان‌های غرب استان گلستان)

مائده علیانی[۱]، امید جمشیدی[۲]، فاطمه رزاقی بورخانی[۳] و فاطمه شفیعی[۳]

۱- کارشناس ارشد رشته نوآوری و کارآفرینی کشاورزی، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده علوم زراعی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری، ساری، ایران
۲- استادیار، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده علوم زراعی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری، ساری، ایران،
(نویسنده مسوول: o.jamshidi@sanru.ac.ir)
۳- استادیار، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده علوم زراعی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری، ساری، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۰۸ تاریخ ویرایش: ۱۴۰۴/۰۱/۱۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۲/۲۲
صفحه ۴۴ تا ۵۹

چکیده مبسوط

مقدمه و هدف: کارآفرینی روستایی به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های اساسی توسعه پایدار، نقش مهمی در ایجاد اشتغال، کاهش فقر، افزایش درآمد و جلوگیری از مهاجرت روستاییان دارد. با این‌حال، در بسیاری از مناطق روستایی کشور، از جمله استان گلستان، ظرفیت‌های بالقوه کارآفرینی به‌دلیل نبود مدل‌های جامع و بومی برای شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها، هنوز به‌طور کامل بالفعل نشده‌اند. پژوهش حاضر با هدف طراحی الگوی فرصت‌محور فرآیند کارآفرینی روستایی در شهرستان‌های غربی استان گلستان انجام شد. در این تحقیق، با تأکید بر نقش هوشیاری کارآفرینانه، سرمایه انسانی، روحیه کارآفرینی، حمایت محیطی و مهارت‌های شبکه‌سازی، تلاش شده است تا سازوکارهای مؤثر بر تشخیص و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه در بستر روستایی تبیین گردد. استان گلستان، به‌ویژه شهرستان‌های غربی آن، به‌دلیل منابع طبیعی غنی، تنوع اقلیمی و نیروی کار جوان، ظرفیت بالایی برای توسعه کارآفرینی دارد. با این‌حال، نبود مدل‌های مناسب برای شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها، یکی از موانع جدی در مسیر توسعه به‌شمار می‌رود. بر اساس مطالعات صورت‌گرفته، نواحی روستایی شهرستان‌های گمیشان، بندرترکمن و بندرگز در پایین‌ترین سطح توسعه‌یافتگی استان گلستان قرار دارند و همچنین کم‌ترین سرانه اراضی کشاورزی را به‌خود اختصاص داده‌اند. این شرایط نه‌تنها بیانگر محدودیت‌های جدی در منابع تولیدی این مناطق هستند، بلکه ضرورت شناسایی ظرفیت‌های پنهان و بهره‌برداری هدفمند از آن‌ها را در قالب سیاست‌های کارآفرینی روستایی دوچندان می‌سازند. از این‌رو، مدل فرصت‌محور فرآیند کارآفرینی روستایی با تمرکز بر شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های محلی، می‌تواند چارچوبی مفهومی برای درک بهتر این فرایند فراهم کند. این الگو بر استفاده از منابع بومی و توسعه پایدار تأکید دارد. شهرستان‌های غربی گلستان با تنوع اقتصادی و اجتماعی، زمینه‌ای مناسب را برای بررسی این مدل فراهم کرده‌اند. مقاله حاضر با هدف تبیین این الگو، به بررسی عوامل مؤثر بر شناسایی فرصت‌ها، نحوه بهره‌برداری از آن‌ها و نقش نهادهای محلی در تسهیل این فرایند می‌پردازد. نتایج این پژوهش می‌تواند راهگشای سیاست‌گذاران در توسعه کارآفرینی و بهبود شرایط مناطق روستایی باشند.

مواد و روش‌ها: تحقیق حاضر باتوجه به این که به‌دنبال ارائه الگوی مناسب از کارآفرینی فرصت‌محور روستایی است از لحاظ هدف، کاربردی، از لحاظ میزان کنترل متغیرها، غیرآزمایشی و از لحاظ جمع‌آوری اطلاعات در دسته پژوهش‌های پیمایشی با دیدمان کلی از نوع کمی قرار می‌گیرد. در این پژوهش، جامعه آماری شامل کارآفرینان روستایی (صاحبان صنایع و کسب‌وکارهای روستایی) غرب استان گلستان بود که مطابق با آمار سازمان جهاد کشاورزی استان گلستان در سال ۱۴۰۳ تعداد آنها ۲۵۰ نفر یا کسب‌وکار بود. نمونه‌ای ۱۴۴ نفره با استفاده از جدول کرجسی و مورگان حجم تعیین شد و به‌روش نمونه‌گیری تصادفی با انتصاب متناسب برحسب شهرستان‌های غرب استان گلستان داده‌های لازم جمع‌آوری گردیدند. ابزار اصلی تحقیق پرسشنامه محقق‌ساخته بود که روایی شکلی آن توسط پنل خبرگان دانشگاهی، و روایی همگرا و واگرای آن با شاخص میانگین واریانس استخراج شده (AVE) تأیید شدند. پایایی مقیاس‌های تحقیق با محاسبه پایایی ترکیبی (CR) و ضریب آلفای کرونباخ در سطح مطلوب برآورد شد.

یافته‌ها: نتایج تحلیل داده‌ها با استفاده از مدل‌یابی معادلات ساختاری (PLS-SEM)، روابط معنادار و جهت‌داری را میان متغیرهای تحقیق نشان دادند. به‌طور مشخص، هوشیاری کارآفرینانه بیشترین تأثیر را بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در میان کارآفرینان روستایی شهرستان‌های غربی استان گلستان داشت. این متغیر به‌عنوان حلقه واسط بین سرمایه انسانی، روحیه کارآفرینی و مهارت‌های شبکه‌سازی عمل کرده، نقش کلیدی در فرآیند شکل‌گیری افکار نوآورانه ایفا می‌کند. بر اساس ضرایب مسیر و شاخص‌های برازش مدل، حدود ۴۱/۷ درصد از تغییرات متغیر تشخیص فرصت توسط سه عامل هوشیاری کارآفرینانه، سرمایه انسانی و شبکه‌های اجتماعی توضیح داده می‌شود. همچنین، روحیه کارآفرینی و مهارت‌های شبکه‌سازی به‌طور غیرمستقیم و از طریق تأثیر بر هوشیاری کارآفرینانه بر تشخیص فرصت تأثیرگذارند. از سوی دیگر، نتایج مدل نشان دادند که متغیر حمایت محیطی (از جمله حمایت‌های قانونی، مالی و آموزشی) اثر معناداری بر فرآیند کارآفرینی نداشت. این نتیجه بیانگر ضعف ساختارهای نهادی و نبود سازوکارهای حمایتی کارآمد در مناطق روستایی استان گلستان است.

نتیجه‌گیری: روحیه کارآفرینی و مهارت‌های ارتباطی و شبکه‌سازی به‌عنوان مؤلفه‌های اصلی هوشیاری کارآفرینانه، به‌طور مستقیم و غیر مستقیم بر شناسایی فرصت‌ها تأثیرگذار بوده‌اند. این نتایج بیانگر آن هستند که تقویت ویژگی‌های فردی، مانند اعتماد به نفس، جست‌وجوی فعالانه اطلاعات و بهره‌گیری از دانش بومی و تجربیات محلی، می‌تواند به بهبود تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در مناطق روستایی کمک کند. با این‌حال، نقش حمایت‌های محیطی در این تحقیق معنادار نبود، که احتمالاً نشان‌دهنده ضعف ساختارهای حمایتی موجود یا ناکافی بودن اقدامات نهادهای مرتبط در این زمینه است. این موضوع نیازمند بررسی‌های بیشتر در تحقیقات آینده است تا دلایل این عدم تأثیر مشخص و راهکارهای مناسب برای بهبود آن ارائه شوند. با توجه به نتایج، پیشنهاد می‌شود که سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان حوزه کارآفرینی روستایی، برنامه‌هایی را برای تقویت هوشیاری کارآفرینانه و سرمایه انسانی در مناطق روستایی طراحی کنند. این برنامه‌ها می‌توانند شامل آموزش‌های مهارت‌محور، توسعه شبکه‌های ارتباطی و تشویق روحیه کارآفرینی در بین ساکنان روستایی باشند. همچنین، ایجاد بسترهای مناسب برای حمایت‌های محیطی، مانند تسهیل دسترسی به منابع مالی، فناوری و اطلاعات، می‌تواند به بهبود فرآیند تشخیص فرصت‌ها و در نهایت توسعه کارآفرینی روستایی کمک کند. در نهایت، انجام تحقیقات بیشتر با تمرکز بر نقش حمایت‌های محیطی و سایر عوامل مؤثر بر کارآفرینی روستایی، می‌تواند به تکمیل و غنی‌سازی یافته‌های این حوزه منجر شود.

واژه‌های کلیدی: تشخیص فرصت، توسعه کارآفرینی، روحیه کارآفرینی، هوشیاری کارآفرینانه

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]

[DOI: 10.61882/jea.2025.431]

مقدمه

امروزه توسعهٔ روستایی نقشی حیاتی در استمرار حیات اقتصادی کشورها ایفا می‌کند و به‌ویژه در کشورهای غیرصنعتی، به‌عنوان محور اصلی برنامه‌های توسعه اقتصادی ملی محسوب می‌شود (Pato & Teixeira, 2016). تردیدی نیست که توسعه روستایی، به‌عنوان یکی از اولویت‌ها و در عین حال چالش‌های اساسی برنامه‌های توسعه، به‌ویژه در کشورهای غیر صنعتی، به رویکردی فراتر از یک راهبرد ساده نیاز دارد (Abdi Jamayran *et al.,* 2017). برای دستیابی به این مهم، برنامه‌ریزی دقیق و نظام‌مند و عملکرد شایسته یک نظام کارآمد و کثرت‌گرا ضروری است (Iñiguez *et al.,* 2024). در اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته، کسب وکارهای کوچک و متوسط، بنیان اصلی فعالیت‌های اقتصادی را تشکیل می‌دهند. این کسب وکارها به‌دلیل ساختار سازمانی ساده، انعطاف‌پذیری در مواجهه با تغییرات و سرعت قابل‌قبول در انجام فعالیت‌ها، از مزایای قابل‌توجهی برخوردارند. برای توسعه روستاها، به‌ویژه در چارچوب توسعه روستایی، دولت‌ها باید زمینه‌های برابری در فرصت‌ها، تحرک اجتماعی، مشارکت در تصمیم‌گیری و تأمین امنیت را فراهم سازند (Aazami *et al.,* 2016; Feizabadi & Zahedi, 2018; Abdi Jamayran *et al.,* 2017). ظهور بنگاه‌های اقتصادی نوآور در مناطق روستایی، همانند سرمایه‌ای ارزشمند، می‌تواند به رشد و توسعه اقتصادی- فضایی این نواحی منجر شود (Ataei *et al.,* 2016; Aliabadi *et al.,* 2016). با این‌حال، در بسیاری از کشورها، از جمله ایران، این ظرفیت‌های بالقوه هنوز به‌طور کامل بالفعل نشده‌اند. نبود زیرساخت‌های حمایتی، ضعف در سیاست‌گذاری‌های محلی و بی‌توجهی به ویژگی‌های اقتصادی- اجتماعی خاص نواحی روستایی، موجب شده است که توسعه کسب وکارهای کوچک و نوآورانه با چالش‌های جدی مواجه شود (Shahraki *et al.,* 2019). در نتیجه، فرصت‌های شغلی در این نواحی محدود مانده‌اند و مهاجرت به شهرها به‌عنوان راهکاری برای فرار از تنگناهای اقتصادی روستاها افزایش یافته است (Feizabadi & Zahedi, 2018).

یکی از مشکلات اساسی ایران در سال‌های اخیر، عقب‌ماندگی روستاها و مهاجرت گسترده روستاییان به نواحی شهری بوده است؛ پدیده‌ای که عامل اصلی آن را می‌توان در مسائل اقتصادی، به‌ویژه فقدان فرصت‌های شغلی جست‌وجو کرد. این روند پیامدهای متعددی را از جمله گسترش حاشیه‌نشینی، کاهش کیفیت زندگی، کمبود اشتغال و افزایش جرائم شهری به‌همراه داشته است (Shojaefard, 2020). از سوی دیگر، کاهش رشد بخش کشاورزی در نواحی روستایی و افت ۴/۲۳ درصدی اشتغال در این حوزه نشان می‌دهند که توسعه کشاورزی به‌تنهایی نمی‌تواند تضمین‌کننده ریشه‌کنی فقر و بیکاری در آینده باشد (Olyani, 2024). بنا بر این، توجه به سایر بخش‌های اقتصادی در کنار کشاورزی ضرورتی انکارناپذیر است (Shahraki *et al.*, 2019). در این میان، یکی از عوامل کلیدی در توسعه روستایی، کارآفرینی است، چراکه کارآفرینی با ایجاد فرصت‌های شغلی و درآمدزایی می‌تواند نقش مؤثری در بهبود وضعیت اقتصادی و معیشتی روستاها ایفا کند (Iñiguez *et al.,* 2024; Shafiee *et al.,* 2024).

پژوهشگران بر این باورند که کارآفرینی به‌معنای ایجاد یک واحد اقتصادی جدید است که بر تولید کالاها و ارائه خدمات نوآورانه تمرکز دارد؛ البته این کالاها و خدمات لزوماً نباید کاملاً جدید باشند (Alvarez & Barney, 2017). در تعریفی دیگر، کارآفرینی مجموعه‌ای از فعالیت‌ها و اقداماتی است که با شناسایی فرصت‌ها و بهره‌برداری از آن‌ها در ارتباط است (Feizabadi & Zahedi, 2018). از این‌رو، شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها، جوهره و محور اصلی علم کارآفرینی به‌شمار می‌رود (Berglund, 2007).

تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه عنصر اصلی رفتار کارآفرینانه محسوب می‌شود که آن را قلب کارآفرینی می‌نامند. به بیان دیگر، کارآفرینی همان شناسایی فرصت‌های جدید و ایجاد و راه‌اندازی کسب و کار در سازمان جدید یا در حال توسعه، برای بهره‌برداری از فرصت‌های تشخیص داده شده است که در نتیجه آن کالاها و خدمات نوین به جامعه ارائه شود (He *et al.,* 2020). در حال حاضر، در بسیاری از کشورها، توجه ویژه‌ای به کارآفرینی و کارآفرینان می‌شود. تقویت کارآفرینی و ایجاد بسترهای مناسب برای توسعه آن، به‌عنوان یکی از ابزارهای پیشرفت اقتصادی کشورها، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، موردتوجه قرار گرفته است (Shafiee *et al.,* 2024; Aazami *et al.,* 2016). این امر به‌دلیل اثربخشی بالای فعالیت کارآفرینی در توسعه اقتصادی کشورها به‌ویژه در زمینه‌های ایجاد اشتغال، نوآوری در فعالیت‌ها و افزایش رقابت‌پذیری است (He *et al.,* 2020). فرصت به موقعیت‌هایی اطلاق می‌شود که در وهله نخست قابل کنترل توسط فرد باشند و ثانیاً این موقعیت‌ها پیامدهای مثبتی برای فرد به‌همراه داشته باشند (Ardichvili *et al.,* 2003). فرصت‌ها در محیط حاضرند و در انتظار کشف هستند. دیدگاه هوشیاری کارآفرینانه بیان می‌کند که برخی افراد توانایی دیدن محصولات و خدماتی را دارند که در حال حاضر وجود ندارند و افراد با سطح سرمایه انسانی برتر قادرند تا به‌صورت هوشمندانه فرصت‌ها را کشف کنند. بنابراین، کارآفرینانی که سطح سرمایه انسانی بالایی دارند، توانایی بیشتری در شناسایی فرصت‌های کسب‌وکار در یک دوره زمانی خاص دارند (Abdi Jamayran *et al.,* 2017). از طرفی، سرمایه انسانی به‌عنوان یک سلسله‌مراتبی از دانش و مهارت‌ها تعریف می‌شود و تحقیقات نشان می‌دهند که سرمایه انسانی با شناسایی و پیگیری فرصت‌ها ارتباطی قوی دارد. سرمایه انسانی به‌عنوان ورودی‌های کارآفرینی تلقی می‌شود که باعث استواری در تصمیم به خوداشتغالی، تأسیس، بقاء و عملکرد شرکت می‌شود (Ucbasaran *et al.,* 2009).

فرصت‌های کارآفرینانه زمینه‌ای را برای فرد یا گروه فراهم می‌کنند تا ارزشی نو خلق کنند، ارزشی که معمولاً از طریق ارائه کالاها و خدمات جدید و نوآورانه به جامعه عرضه می‌شود. این فرایند غالباً با راه‌اندازی یک بنگاه اقتصادی جدید تحقق می‌یابد (Boudreaux & Nikolaev, 2019). در فرایند کارآفرینی، تشخیص فرصت گامی اساسی و ضروری در شکل‌گیری یک

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOI: 10.61882/jea.2025.431]

کسب وکار موفق به‌شمار می‌رود. تشخیص فرصت فعالیتی تحلیلی است که به ارزیابی و اولویت‌بندی ایده‌های کسب وکار می‌پردازد و از میان آن‌ها، بهترین و مناسب‌ترین فرصت را برای اجرا انتخاب می‌کند (Aparicio *et al.,* 2016). بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه مستلزم بهره‌گیری از عناصری نظیر رویکرد منابع‌محور، دانش بازار، فناوری پیشرفته، توانمندی‌های مدیریتی بالا و همچنین حمایت سهام‌داران و ذی‌نفعانی است که در این فرایند نقش دارند (Boudreaux & Nikolaev, 2019). بهره‌برداری از فرصت، شامل مجموعه‌ای از فعالیت‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها در زمینه تولید محصولات جدید است که از فرصت‌های کلان و قابل اجرا نشأت می‌گیرند. کارآفرینان با صرف زمان و گردآوری اطلاعات لازم قادرند عدم قطعیت و ریسک‌های مرتبط را کاهش دهند و پیش از اتخاذ تصمیم نهایی برای ورود به بازار، منابع و قابلیت‌های شرکت را بهینه‌سازی نمایند (Shane & Venkataraman, 2000). تصمیم‌گیری در مورد بهره‌برداری از این فرصت‌ها نیز تحت تأثیر تفاوت‌های فردی در سبک‌های تصمیم‌گیری و میزان تمایل به حداکثرسازی منافع قرار دارد.

همان‌گونه که ذکر شد در دهه‌های اخیر، کارآفرینی فرصت‌محور[1] به‌عنوان یکی از مؤثرترین رویکردها در توسعه اقتصادی مناطق روستایی موردتوجه پژوهشگران و سیاست‌گذاران قرار گرفته است و تحقیقات مختلفی در این حوزه صورت گرفته‌اند. شان و ونکاتارامان (Shane & Venkataraman, 2000) در مطالعه خود بیان می‌کنند که کارآفرینی فرصت‌محور عمدتاً در پاسخ به فقر و بیکاری شکل می‌گیرد و بر نوآوری، خلاقیت و شناسایی فرصت‌های جدید برای خلق ارزش اقتصادی تمرکز دارد. آردچویلی و همکاران (Ardichvili *et al.,* 2003) در قالب یک مدل نظری، تشخیص و توسعه فرصت‌های کارآفرینانه را به‌عنوان مرحله کلیدی در فرآیند کارآفرینی معرفی کردند. در ادامه، اوکباساران و همکاران (Ucbasaran *et al.,* 2009) نیز بر این باوراند که تجربه و دانش فردی در شناسایی فرصت‌های واقعی از ایده‌های صرف، نقش تعیین‌کننده‌ای دارد. در سطح کلان‌تر، مطالعاتی مانند آپاریسیو و همکاران (Aparicio *et al.,* 2016) و هی و همکاران (He *et al.,* 2020) تأکید دارند که کارآفرینی فرصت‌محور نه‌تنها به رشد اقتصادی مناطق کمک می‌کند، بلکه ارتباط نزدیکی با شاخص‌های توسعه پایدار، بهبود کیفیت محیط زیست و تقویت تاب‌آوری اجتماعی دارد. این مطالعات به‌ویژه در مورد مناطق روستایی، بر لزوم تقویت زیرساخت‌های نهادی و توانمندسازی فردی تأکید دارند.

در زمینه توسعه روستایی ایران، مطالعاتی مانند معصومی و همکاران (Masoomi *et al.,* 2020) و اولیانی (Olyani, 2024) نشان داده‌اند که رویکرد فرصت‌محور می‌تواند پاسخی مؤثر به بحران بیکاری، مهاجرت و زوال اقتصادی در نواحی روستایی باشد. این مطالعات تأکید می‌کنند که کارآفرینی زمانی مؤثر واقع می‌شود که با درک محیط محلی، مشارکت اجتماعی و قابلیت‌های فردی همراه باشد. در سطح تجربی، علی‌آبادی و همکاران (Aliabadi *et al.,* 2016) و فیض‌آبادی و زاهدی (Feizabadi & Zahedi, 2018) نقش سرمایه اجتماعی، دانش بازار و تفکر استراتژیک را در فرایند شناسایی فرصت‌ها در مناطق روستایی ایران بررسی کرده‌اند. یافته‌های آن‌ها هم‌راستا با مطالعات بین‌المللی مانند لومپکین و لیچنشتاین (Lumpkin & Lichtenstein, 2005) هستند که نقش یادگیری سازمانی را در فرآیند کشف فرصت‌ها حیاتی می‌دانند. بودرکس و نیکولائوف (Boudreaux & Nikolaev, 2019) با تحلیل تعامل بین سرمایه انسانی و نهادهای رسمی، نتیجه می‌گیرند که سرمایه صرفاً برای توسعه کارآفرینی کافی نیست و وجود نهادهای کارآمد، آموزش و محیط قانونی مؤثر ضروری است. در همین راستا، گان (Gan, 2022) در مطالعه‌ای بر روی شمال‌شرق چین به این نکته اشاره می‌کند که فرصت‌گرایی کارآفرینانه، زمانی موفق است که مبتنی بر مزیت‌های محلی و قابلیت‌های بازار هدف‌گذاری شده باشد. اودریچ و مووگ (Audretsch & Moog, 2022) در یک بررسی مقایسه‌ای بر اهمیت حاکمیت دموکراتیک و سیاست‌های کارآفرینانه در رشد مناطق روستایی تأکید دارند. این دیدگاه می‌تواند در سیاست‌گذاری کارآفرینی روستایی در ایران نیز راهگشا باشد.

در زمینه جنسیت و روستا، مطالعه آسانته و آفوم (Asante & Affum, 2019) نقش ویژگی‌های روان‌شناختی مانند درونی بودن منبع کنترل (locus of control) را در تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه نشان داده است، که به‌ویژه در زنان روستایی اهمیت ویژه‌ای می‌یابد.

در مجموع، مرور ادبیات نشان می‌دهد که توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی، به‌ویژه از نوع فرصت‌محور، رویکردی مؤثر برای ارتقاء پایداری اقتصادی، افزایش اشتغال، جلوگیری از مهاجرت و تحریک رشد محلی است. تحقق این هدف نیازمند تلفیق عوامل فردی (دانش، انگیزه، و تجربه)، محیطی (زیرساخت و بازار)، و نهادی (سیاست‌های حمایتی و آموزش) است. استان گلستان با ویژگی‌های خاص اقلیمی و اجتماعی خود، بستری مناسب برای آزمون این رویکرد در قالب مدل‌های بومی‌سازی‌شده فراهم می‌آورد.

مطابق آمار منتشرشده از سوی مرکز آمار ایران، در سال ۱۴۰۱ نرخ بیکاری در استان گلستان برای زنان ۹/۸ و برای مردان ۹/۷ درصد گزارش شد. نرخ بیکاری کل استان نیز نسبت به فصل بهار ۱۴۰۰، به‌میزان ۰/۸ درصد و نسبت به زمستان همان سال حدود ۱/۲ درصد افزایش یافت (Statistical Center of Iran, 2023). این آمار نشان می‌دهد که نرخ بیکاری در استان گلستان نه‌تنها در حال افزایش است، بلکه از میانگین کشوری نیز بالاتر است و در ردیف استان‌های دارای بیشترین نرخ بیکاری در کشور قرار گرفته است.

در چنین شرایطی، تقویت کارآفرینی، به‌ویژه در نواحی روستایی، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. کارآفرینی روستایی می‌تواند از طریق شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های اقتصادی جدید، راهکار مؤثری برای ایجاد اشتغال، کاهش مهاجرت روستاییان به شهرها و بهبود شرایط معیشتی باشد.

[1] Opportunity-Based Entrepreneurship

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOI: 10.61882/jea.2025.431]

توسعه کارآفرینی در این مناطق نه‌تنها به تثبیت جمعیت در روستاها کمک می‌کند، بلکه محرکی برای توسعه پایدار اقتصادی و اجتماعی محسوب می‌شود (Pato & Teixeira, 2016).

بر اساس مطالعات صورت‌گرفته، نواحی روستایی شهرستان‌های گمیشان، بندرترکمن و بندرگز در پایین‌ترین سطح توسعه‌یافتگی استان گلستان قرار دارند و همچنین کم‌ترین سرانه اراضی کشاورزی را به‌خود اختصاص داده‌اند (Momenpour *et al.,* 2022). این شرایط نه‌تنها بیانگر محدودیت‌های جدی در منابع تولیدی این مناطق است، بلکه ضرورت شناسایی ظرفیت‌های پنهان و بهره‌برداری هدفمند از آن‌ها را در قالب سیاست‌های کارآفرینی روستایی دوچندان می‌سازد.

استان گلستان به‌عنوان یکی از قطب‌های کشاورزی کشور از اهمیت زیادی در توسعه کشور برخوردار است (Chamani *et al.,* 2020). با این‌حال، نتایج ارزیابی‌های انجام‌شده پیرامون وضعیت توسعه کشاورزی در این استان، نشان‌دهنده ناپایداری قابل‌توجه و همچنین بی‌ثباتی در اشتغال و فضای کسب‌وکار کشاورزی در این مناطق هستند. بر اساس مطالعات صورت‌گرفته، شهرستان‌های رامیان و مینودشت در گروه مناطق با پایداری ضعیف، شهرستان‌های آزادشهر، کردکوی، بندرگز، گالیکش و مراوه‌تپه در دسته مناطق دارای ناپایداری ضعیف، و شهرستان بندرترکمن در سطح ناپایداری متوسط قرار دارند. در این میان، شهرستان گمیشان به‌عنوان ناپایدارترین منطقه از منظر توسعه کشاورزی پایدار در سطح استان شناخته می‌شود. به‌طور کلی، شهرستان‌های واقع در نواحی شمال‌غربی استان گلستان با ناپایداری بیشتری در حوزه توسعه کشاورزی مواجه‌اند (Shah Moridi *et al.,* 2017). از طرفی، مطالعات مختلف حاکی از شروع پدیدهٔ تغییر اقلیم و به‌نوعی افزایش خشکسالی در این منطقه هستند که این امر توسعه کشاورزی را با اخلال روبرو خواهدکرد. برای نمونه، در مطالعهٔ کابوسی و کردجزی (Kaboosi & Kordjazi, 2017) به افزایش دما و کاهش بارش، در مطالعهٔ چمنی و همکاران (Chamani *et al.,* 2020) به کاهش میزان دبی خروجی و افزایش تبخیر و تعرق در نتیجه تغییر اقلیم در برخی از سناریوهای آتی و در تحقیق کلبعلی و همکاران (Kalbali *et al.,* 2019) به کاهش ۳۰ درصدی رواناب‌ها و لزوم تغییر در الگوهای کشت، اشاره شده است. با توجه به نقشه‌های خشکسالی غرب استان گلستان، دامنه نوسانات خشکسالی در مناطق مرزی و نوار ساحلی دریای خزر که در وضعیت اقلیمی خشک و نیمه‌خشک قرار دارند شدیدتر است و منطقه غرب استان گلستان در آینده با شدت خشک‌سالی روبرو خواهد بود. بنابراین، نظام‌های کشت وابسته به آب باران در آینده با مخاطراتی همراه است. برخی دیمزارها با کشت دیم محصولات مختلف از تولید خارج خواهند شد. کاهش میزان بارش‌ها، پس‌روی دریا در حاشیه دریای‌خزر و منطقه بندر ترکمن و همچنین خالی‌شدن بسیاری از اراضی زراعی از محصولات کشاورزی نشان‌دهنده تبعات خشک‌سالی هستند (Alizadeh-Dehkordi *et al.,* 2019).

با توجه به وضعیت اقتصادی ناپایدار نواحی روستایی در شرق استان گلستان، از جمله نرخ بالای بیکاری، مهاجرت فزاینده روستاییان، محدودیت منابع طبیعی، و اثرات شدید خشکسالی بر کشاورزی سنتی، ضرورت بازنگری در الگوهای توسعه و تمرکز بر کارآفرینی فرصت‌محور بیش از پیش احساس می‌شود. در حالی که ظرفیت‌های بالقوه‌ای همچون منابع محلی، نیروی انسانی جوان، و زمینه‌های کشاورزی نوین در این نواحی وجود دارند، نبود مدل‌های جامع و بومی‌شده برای شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی، یکی از موانع اصلی توسعه پایدار به‌شمار می‌آید. از این‌رو، سؤال اصلی تحقیق حاضر آن است که چه مؤلفه‌ها و سازوکارهایی در قالب یک مدل فرصت‌محور می‌توانند به توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی شرق استان گلستان کمک کنند؟

مدل مفهومی تحقیق

با بررسی مطالعات انجام‌گرفته پیرامون مدل‌های فرصت‌محور کارآفرینی که برخی از آن‌ها در سطور فوق اشاره شده‌اند، مشخص می‌گردد که پژوهش‌های انجام شده مذکور متغیرهای مختلفی را بر فرایند تشخیص فرصت مؤثر می‌دانند. هدف کلی از انجام پژوهش حاضر نیز تبیین مدل فرصت‌محور فرایند کارآفرینی روستایی بود زیرا توسعه‌ی پایدار روستایی در گرو بهبود کارآفرینی و بهره‌مندی از پیامدهای آن است. از این‌رو و برگرفته از مطالعات، متغیرهای هوشیاری کارآفرینانه، شبکه‌های افراد و منابع، سرمایه انسانی، روحیه کارآفرینی و حمایت محیطی می‌توانند تأثیر مستقیمی بر تشخیص فرصت کارآفرینی داشته باشند. از طرفی، برخی از این متغیرها به‌صورت غیر مستقیم نیز موجب تقویت متغیر وابسته تحقیق خواهد شد. در نهایت، مدل مفهومی تحقیق حاضر به شرح شکل (۱) ارائه گردیده است.

باتوجه به چارچوب مفهومی، این پژوهش به‌دنبال آزمون فرضیه‌های زیر است:

H1. حمایت محیطی بر هوشیاری کارآفرینانه تأثیر مثبت معنی‌داری دارد؛

H2. حمایت محیطی بر تشخیص فرصت کارآفرینی تأثیر مثبت معنی‌داری دارد؛

H3. هوشیاری کارآفرینانه بر تشخیص فرصت کارآفرینی تأثیر مثبت معنی‌داری دارد؛

H4. روحیه کارآفرینانه بر هوشیاری کارآفرینانه تأثیر مثبت معنی‌داری دارد؛

H5. روحیه کارآفرینانه بر تشخیص فرصت کارآفرینی تأثیر مثبت معنی‌داری دارد؛

H6. سرمایه انسانی بر هوشیاری کارآفرینانه تأثیر مثبت معنی‌داری دارد؛

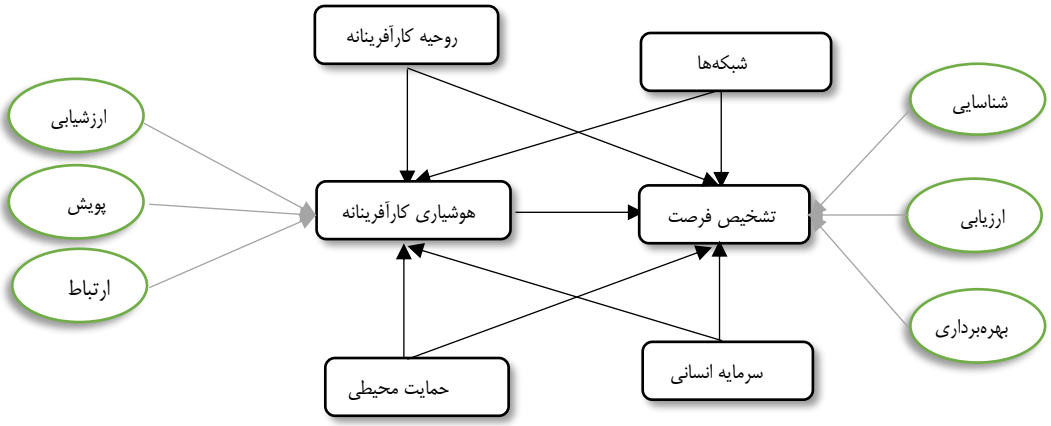
H7. سرمایه انسانی بر تشخیص فرصت کارآفرینی تأثیر مثبت معنی‌داری دارد؛

H8. مهارت ارتباطی و شبکه بر هوشیاری کارآفرینانه تأثیر مثبت معنی‌داری دارد؛

H9. مهارت ارتباطی و شبکه بر تشخیص فرصت کارآفرینی تأثیر مثبت معنی‌داری دارد.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]

[DOI: 10.61882/jea.2025.431]



شکل ۱- چارچوب مفهومی پژوهش
Figure 1. The Reasearch Conseptual Framework

روش تحقیق

هدف این تحقیق کاربردی، ارائه الگویی برای کارآفرینی فرصت‌محور روستایی به‌منظور تحقق عملکرد کارآفرینانه و اشتغال‌زایی است. این تحقیق از لحاظ میزان کنترل متغیرها، غیرآزمایشی و از لحاظ جمع‌آوری اطلاعات در دسته پژوهش‌های پیمایشی قرار می‌گیرد. دیدمان کلی حاکم بر تحقیق نیز با توجه به ماهیت و نوع تحقیق از نوع کمّی است. جامعه آماری عبارت است از مجموعه‌ای از افراد یا واحدهایی که دارای حداقل یک صفت مشترک باشند (Sarokhani, 2014). در این پژوهش، جامعه آماری شامل کارآفرینان روستایی (صاحبان صنایع و کسب‌وکارهای روستایی که دارای پروانه بهره‌برداری یا مجوز کسب‌وکار از سازمان جهاد کشاورزی استان گلستان بودند که مطابق با آمار سازمان جهاد کشاورزی تعداد آنها ۲۵۰ نفر یا کسب و کار بود. با استفاده از جدول کرجسی و مورگان حجم نمونه ۱۴۴ نفر (یا کسب و کار) تعیین شد. داده‌های لازم به‌روش نمونه‌گیری تصادفی با انتساب متناسب برحسب شهرستان‌های غرب استان گلستان جمع‌آوری گردیدند (جدول ۱). همان‌گونه که مشخص است، فرایند نمونه‌گیری متناسب با تعداد کارآفرین‌های روستایی هر شهرستان انجام شد. براین اساس، شهرستان بندرترکمن با دارا بودن حدود ۸۰ کارآفرین روستایی بیشترین سهم را در بین نمونه داشت. نوع کسب‌وکارهای موجود در هر منطقه در جدول (۱) مشخص شده است.

جدول ۱- نمونه آماری تحقیق به تفکیک شهرستان‌های مورد مطالعه
Table 1. The statistical sample of the research by the studied counties

ردیف No.	شهرستان County	تعداد روستا Number of vilages	نوع کسب وکارها Businesses type	تعداد کارآفرین Number of entrepreneurs	حجم نمونه Sample size
۱	گمیشان Gomishan	29	1, 2, 3*	20	12
۲	کردکوی Kordkuy	34	1, 2, 4*	77	46
۳	بندر گز Bandar Gaz	24	1, 2, 3, 4*	62	38
۴	بندر ترکمن Bandar Torkaman	29	1, 2, 3, 4*	80	48
	کل (Total)			240	144

* کسب وکارهای وابسته به بوم‌گردی و صنایع دستی (۱)، کسب‌وکارهای وابسته به دام، شیلات و نوغانداری (۲)، کسب وکارهای گلخانه‌ای (۳)، کسب وکارهای محصولات کشاورزی فرآوری‌شده و تبدیلی صنایع تبدیلی (۴)

در پژوهش حاضر، اطلاعات مورد نیاز از طریق دو روش اصلی جمع‌آوری شد. ابتدا با استفاده از مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای، منابع علمی مرتبط با موضوع تحقیق بررسی شدند تا مبانی نظری تحقیق تقویت شود. سپس، به‌منظور جمع‌آوری داده‌های میدانی، از پرسشنامه‌ای استفاده گردید که با توجه به اهداف، فرضیات و مدل نظری پژوهش طراحی و پس از تأیید پایایی و روایی، به‌صورت حضوری و آنلاین توسط کارآفرینان روستایی غرب استان گلستان تکمیل شدند. این ترکیب روش‌ها امکان دستیابی به داده‌های جامع و قابل اعتماد را فراهم آورد. برای تعیین روایی و اعتبار پرسشنامه از اعتبار محتوایی[1] و همچنین روایی سازه[2] جهت تعیین اعتبارسنجی پرسشنامه استفاده گردید. پیش از جمع‌آوری اطلاعات مربوط به مطالعه‌ی راهنما، روائی صوری[3] پرسشنامه توسط جمعی از متخصصین موضوع (اساتید دانشگاه، کارشناسان و صاحبنظران کارآفرینی روستایی) بررسی و در نهایت تأیید شد. به‌منظور بررسی روایی سازه نیز از دو شاخص روایی همگرا و روایی تشخیصی استفاده

[1] Content Validity
[2] Construct Validity
[3] Face Validity

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOI: 10.61882/jea.2025.431]

شد که هر دو در سطح قابل‌قبولی قرار گرفتند. برای بررسی پایایی[1] ابزار سنجش نیز از شاخص پایایی ترکیبی (CR) و ضریب آلفای کرونباخ بهره گرفته شد. نتایج جدول (۲) حاکی از پایایی مناسب مقیاس‌های تحقیق هستند.

در این پژوهش، برای تحلیل داده‌ها از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM) استفاده شد. این روش یکی از رویکردهای توانمند تحلیل چندمتغیره است که امکان بررسی هم‌زمان روابط میان متغیرهای پنهان (مفهومی) و شاخص‌های مشاهده‌پذیر را فراهم می‌سازد. مدل PLS-SEM در سه مرحله اصلی اجرا می‌شود: نخست، ارزیابی مدل بیرونی (روابط بین متغیرهای پنهان و شاخص‌های سنجش آن‌ها)، دوم، ارزیابی مدل درونی (روابط بین متغیرهای پنهان مستقل و وابسته)، و سوم، بررسی برازش کلی مدل. در همین راستا، برای انجام تحلیل‌های آماری، از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۶ به‌منظور محاسبات توصیفی و از نرم‌افزار SmartPLS نسخه ۳ برای اجرای مدل معادلات ساختاری استفاده شد.

جدول ۲- معرفی قسمت‌های مختلف پرسشنامه

Table 2. Overview of the questionnaire sections

بخش Section	زیربخش Subsection	تعداد گویه‌ها Items	مقیاس سنجش Measurement scale
ویژگی‌های جمعیت شناختی Demographic characteristics	سن، جنس، تحصیلات، رشته، محل سکونت، وضعیت تاهل، شرکت در دوره‌های آموزشی، سابقه کار و کارآفرینی، شغل اصلی و ... Age, Gender, Education, Field of Study, Place of Residence, Marital Status, Participation in Training Courses, Work and Entrepreneurship Experience, Primary Occupation, etc	–	اسمی Nominal
تشخیص فرصت کارآفرینی Opportunity recognition	شناسایی فرصت (درک و کشف) Opportunity identification (perception and discovery)	6	ترتیبی Ordinal
	ارزیابی فرصت Opportunity evaluation	5	
	بهره‌برداری از فرصت (خلق) Opportunity exploitation (creation)	4	
هوشیاری کارآفرینانه Entrepreneurial alertness	پویش و جستجوی اطلاعات Information scanning and searching	5	ترتیبی Ordinal
	ارتباط و انسجام اطلاعات Information connection and integration	3	
	ارزشیابی و قضاوت اطلاعات Information evaluation and judgment	5	
روحیه کارآفرینانه Entrepreneurial spirit	۸ مولفه: موفقیت، ریسک‌پذیری، اعتماد به نفس، ریسک پذیری، مرکز کنترل درونی، تحمل ابهام ، خلاقیت و نوآوری، استقلال طلبی و خودکارآمدی Eight Components: Success, risk-taking, self-confidence, risk acceptance, internal locus of control, tolerance for ambiguity, creativity and innovation, need for independence, and self-efficacy	25	ترتیبی Ordinal
حمایت محیطی Environmental support	در ۴ مولفه: سیاسی و قانونی، اجتماعی- فرهنگی، آموزشی- ترویج و اقتصادی و مالی in four Components: political and legal, socio-cultural, educational-extension, and economic-financial	14	ترتیبی Ordinal
سرمایه انسانی Human capital	در ۲ مولفه: دانش و آگاهی، دانش بومی و تجربه in two Components: knowledge and awareness, indigenous knowledge and experience.	11	ترتیبی Ordinal
مهارت مدیریتی Managerial skills	در ۳ مولفه: مهارت ادراکی، مهارت انسانی و مهارت فنی in three Components: conceptual skills, human skills, and technical skills.	17	ترتیبی Ordinal
مهارت ارتباطی و شبکه Communication and networking skills	مهارت ارتباط و تعامل با شبکه های اجتماعی، تعاونی و محلی Skills in communication and interaction with social, cooperative, and local networks	6	ترتیبی Ordinal

نتایج و بحث

نخست: براساس نتایج، ۳۱/۲ درصد از پاسخ‌دهندگان مرد و ۶۸/۸ درصد از پاسخ‌دهندگان زن بودند. میانگین سنی پاسخگویان ۳۸ سال محاسبه شد و ۲/۸ درصد از آنان دارای مدرک دیپلم و پایین‌تر، ۷۷ درصد فوق دیپلم و کارشناسی و ۲۰/۱ درصد کارشناسی ارشد و بالاتر بودند. ۷۵/۷ درصد از نمونه درحال حاضر ساکن روستا و مابقی ساکن شهر بودند.

[1] Reliability

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]

[DOI: 10.61882/jea.2025.431]

جدول ۳- مشخصات جمعیت‌شناختی نمونه

Table 3. Demographic characteristics of the sample

متغیر Variable	گروه Group	فراوانی Frequenct	درصد Percentage	درصد تجمعی Cumulative percentage
جنسیت Gender	مرد Men	99	68.8	--
	زن Female	45	31.2	
میزان تحصیلات Education	دیپلم و زیردیپلم Diploma and under diploma	4	2.8	2.8
	کاردانی و کارشناسی Associate's and Bachelor's degrees	111	77.1	79.9
	کارشناسی ارشد و بالاتر Master's degree and above	29	20.1	100
وضعیت سکونت Residence status	شهر Non-agricultural	35	24.3	-
	روستا Agricultural	109	75.7	
سن (سال) Age (year)	میانگین: 38.8 Mean	انحراف معیار: 4.7 Std. Dev.	کمترین: 23 Min	بیشترین: 49 Max

طراحی الگوی کارآفرینی فرصت‌محور فرآیند کارآفرینی روستایی

در این بخش، تأثیر گروهی از متغیرهای آشکار در قالب چند متغیر پنهان بر متغیرهای وابسته تشخیص فرصت کارآفرینی و هوشیاری کارآفرینانه مورد بررسی قرار گرفت. مدل اندازه‌گیری با استفاده از آزمون‌های مختلف مورد اعتبارسنجی قرار گرفت و نرمال بودن داده‌ها از طریق بررسی آمار چولگی و کشیدگی ارزیابی شد. نتایج نشان دادند که تمامی داده‌ها در محدوده قابل قبول ۲+ تا ۲- قرار داشتند. همچنین، همه متغیرهای پنهان دارای معیار بالاتر از ۰/۷ برای پایایی ترکیبی (CR) و آلفای کرونباخ بودند. اعتبار همگرای مدل نیز بررسی شد و با مقدارهای میانگین واریانس استخراج شده (AVE) برای همه مولفه‌ها، که بالاتر از ۰/۵۰ بود، در حد مطلوب برآورد شد (Hair *et al.,* 2022). جدول (۴) نتایج ارزیابی مدل اندازه‌گیری، به‌همراه میزان بار عاملی هر گویه و شاخص‌های روایی و پایایی آن را نشان می‌دهد.

جدول ۴- آماره‌های ارزیابی برازندگی مدل اندازه‌گیری

Table 4. Measurement model fitness assessment statistics

	متغیر Variable	نشانگرها Indicators	بارهای عاملی Factor loadings	t	CR	AVE	آلفای کرونباخ Cronbach's alpha
روحیه کارآفرینی Entrepreneurial Spirit (ES)	خلاقیت و نوآوری Creativity and innovation	IC	0.695	9.60	0.834	0.504	0.755
	استقلال طلبی Independence	INDE	0.733	12			
	ریسک‌پذیری Risk-taking	RT	0.671	7.22			
	اعتماد بنفس Self-confidence	SC	0.829	21.30			
	خودکارآمدی Self-efficacy	SE	0.603	8.35			
تشخیص فرصت کارآفرینی OPPORTUNITY Identification	شناسایی فرصت (درک و کشف) Opportunity identification (perception and discovery)	Ident1	0.818	23.87	0.864	0.560	0.804
		Ident2	0.794	23.58			
		Ident3	0.713	7.37			
		Ident4	0.678	5.61			
		Ident5	0.730	11.69			
	ارزیابی فرصت Opportunity evaluation	Evalu1	0.855	22.50	0.813	0.527	0.723
		Evalu2	0.748	11.75			
		Evalu5	0.799	13.34			
	بهره‌برداری از فرصت (خلق) Opportunity exploitation (creation)	Creation1	0.869	15.14	0.813	0.527	0.699
		Creation2	0.715	9.32			
		Creation3	0.546	1.90			
		Creation4	0.738	3.41			
هوشیاری کارآفرینانه Enterpreneurial Alertness	ارزشیابی و قضاوت اطلاعات Evaluation and Judgment of Information (EGI)	EGI2	0.727	4.89	0.830	0.620	0.694
		EGI3	0.778	13.11			
		EGI4	0.852	6.36			
	پویش و جستجوی اطلاعات Scanning and Searching information	SSI1	0.721	5.40	0.778	0.539	0.597
		SSI2	0.695	5.37			
		SSI5	0.785	13.63			
	ارتباط و انسجام اطلاعات Connection and coherence of information	CCI1	0.790	7.87	0.827	0.616	0.686
		CCI2	0.690	7.87			
		CCI3	0.866	9.72			
	حمایت محیطی Environmental suppor	Economic	0.681	2.13	0.833	0.562	0.781
		Extension	0.761	2.46			
		Policy	0.600	1.90			
		Social	0.920	2.97			
	سرمایه انسانی Human capital	Experience	0.815	5.35	0.736	0.583	0.288
		Knowledge	0.709	4.85			
	مهارت ارتباطی و شبکه Communication and networking skills	Networking2	0.870	17.21	0.850	0.588	0.777
		Networking3	0.686	5.27			
		Networking5	0.703	7.53			
		Networking6	0.795	3.14			

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]

[DOI: 10.61882/jea.2025.431]

از جنبه دیگر، روایی واگرا[1] که به‌عنوان روایی افتراقی یا تشخیصی نیز شناخته می‌شود، تفاوت واقعی بین متغیرها را نشان می‌دهد که ممکن است در ابزارهای مختلف به شکل متفاوتی سنجیده شود (Habibi & Kalahi, 2022). در این مطالعه، روایی تشخیصی مدل اندازه‌گیری با استفاده از معیار فورنل–لارکر[2] تایید شد که نتایج آن (جدول ۵) بیانگر این هستند که جذر میانگین واریانس استخراج‌شده برای هر عامل از بیشترین میزان همبستگی آن با سایر عوامل بالاتر است.

جدول ۵- مقایسه ریشه دوم میانگین واریانس استخراج‌شده با همبستگی مؤلفه‌ها (معیار فورنل و لاکر)
Table 5. Comparison of the square root of the extracted mean variance with the correlation of components (Fornell and Locker's criterion)

مؤلفه Component	حمایت محیطی Environmental support	ارتباط و انسجام اطلاعات Connection and coherence of Information	بهره‌برداری از فرصت (خلق) Opportunity exploitation (creation)	روحیه کارآفرینی Entrepreneurial spirit	ارزیابی فرصت Opportunity evaluation	ارزشیابی و قضاوت اطلاعات Evaluation and judgment information	سرمایه انسانی Human capital	شناسایی فرصت (درک و کشف) Opportunity identification (perception and discovery)	پویش و جستجوی اطلاعات Scanning and Search information	مهارت ارتباطی و شبکه Communication and networking skills
حمایت محیطی Environmental support	0.750									
ارتباط و انسجام اطلاعات Connection and coherence of information	0.316	0.785								
بهره‌برداری از فرصت (خلق) Opportunity exploitation (creation)	0.079	0.166	0.726							
روحیه کارآفرینی Entrepreneurial spirit	0.260	0.205	0.109	0.710						
ارزیابی فرصت Opportunity evaluation	-0.112	0.170	0.337	0.021	0.802					
ارزشیابی و قضاوت اطلاعات Evaluation and judgment of information	-0.049	0.211	0.372	0.258	0.093	0.787				
سرمایه انسانی Human capital	0.096	0.068	0.395	0.298	0.050	0.174	0.764			
شناسایی فرصت (درک و کشف) Opportunity identification (perception and discovery)	0.103	0.215	0.298	0.480	0.348	0.406	0.375	0.748		
پویش و جستجوی اطلاعات Scanning and Searching information	0.019	0.327	0.519	0.359	0.223	0.467	0.146	0.347	0.734	
مهارت ارتباطی و شبکه Communication and networking skills	0.286	0.333	0.134	0.414	0.099	0.124	0.133	0.344	0.305	0.767

شاخص‌های ذکر شده نشان می‌دهند که نتایج ارزیابی مدل اندازه‌گیری مطلوب برآورد شده است. از این‌رو، مدل ساختاری تحقیق نیز مورد ارزیابی قرار گرفت. برای برازش مدل‌ساختاری و تعیین مناسب بودن متغیرهای درون‌زای مدل از ضریب تعیین (R2) و شاخص پیش‌بین (Q2) و معنی‌داری ضرایب مسیر استفاده شد. R2 معیاری است که برای برای اندازه‌گیری دقت پیش‌بینی مدل استفاده می‌شود و ارتباط بین یک متغیر برون‌زا را با یک متغیر درون‌زا نشان می‌دهد. سه مقدار ۰/۶۷ قوی، ۰/۳۳ ضعیف و ۰/۱۹ ضعیف به عنوان ملاک در مدل معادلات ساختاری در رهیافت حداقل مربعات جزئی در نظر گرفته می‌شوند. این سطح‌ها نشان می‌دهند که متغیرهای نهفته مستقل تا چه اندازه واریانس در متغیر پنهان وابسته را توضیح می‌دهند (Habibi & Kalahi, 2022).

مقادیر R2 برای متغیر درون‌زای هوشیاری کارآفرینانه ۰/۱۷۹ و برای فرصت کارآفرینانه ۰/۴۱۷ محاسبه شدند. از معیار Q2 برای قدرت پیش‌بینی مدل استفاده شد. در این معیار مقادیر بالای صفر نشان می‌دهند که مقادیر به‌خوبی بازسازی شده‌اند و مدل دارای ارتباط پیش‌بینی کننده است و مقادیر Q2 پایین‌تر از صفر بیانگر تخمین بسیار ضعیف متغیر پنهان هستند (Hair *et al.*, 2022). مقادیر Q2 برای دو متغیر پنهان الگو تحقیق بالای صفر بودند. با توجه به نتایج به‌دست آمده، مدل ساختاری از برازندگی مناسب و کافی برخوردار است (جدول ۶). همچنین، براساس مقدار R2 محاسبه شده، حدود ۴۱/۷ درصد از تغییرات متغیر تشخیص فرصت کارآفرینانه به‌وسیله متغیرهای هوشیاری کارآفرینانه، سرمایه انسانی و شبکه‌های اجتماعی تبیین شده است. به علاوه، متغیرهای روحیه کارآفرینانه و شبکه‌های اجتماعی حدود ۱۸ درصد از تغییرات متغیر میانجی هوشیاری کارآفرینانه را تبیین نمودند و با تأثیر بر هوشیاری کارآفرینانه به‌طور غیرمستقیم بر تشخیص فرصت کارآفرینانه مؤثر هستند.

[1] Discriminant Validity
[2] Fornell-Larcker

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOI: 10.61882/jea.2025.431]

جدول ۶- آماره‌های ارزیابی برازندگی بخش ساختاری الگوی تحقیق
Table 6. Fitness assessment statistics for the structural part of the research model

متغیر پنهان (Latent variable)	R2	Q2
هوشیاری کارافرینانه (Entrepreneurial awareness)	0.179	0.047
فرصت کارآفرینانه (Entrepreneurial opportunity)	0.417	0.106

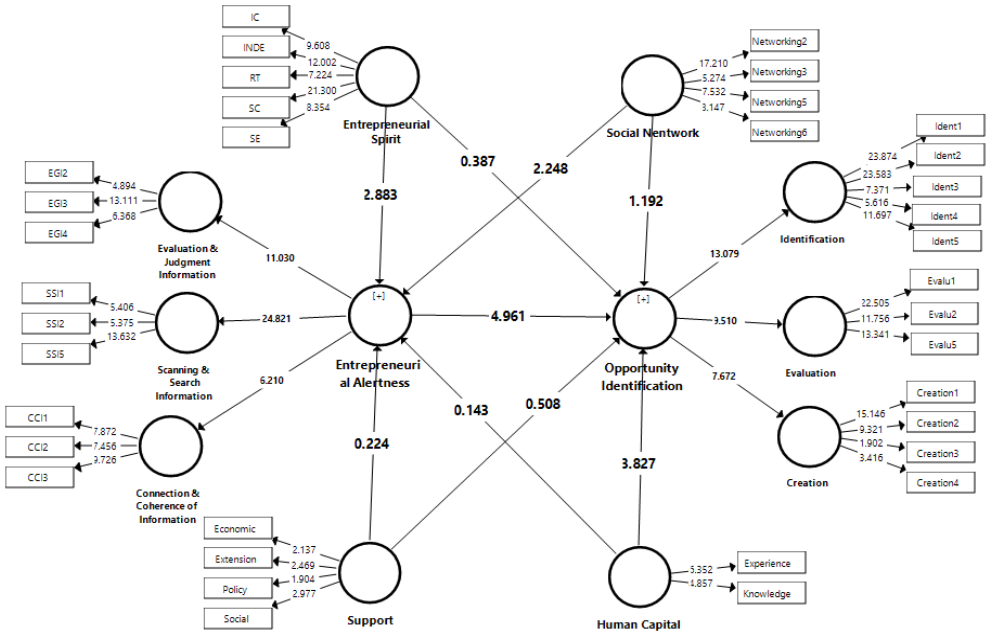
بر اساس یافته‌های تحقیق، مطابق با عوامل مؤثر بر الگوی فرصت‌محور، فرآیند کارآفرینی روستایی مطابق با چارچوب نظری تحقیق شامل دو متغیر پنهان تشخیص فرصت کارآفرینی و هوشیاری کارآفرینانه است. از میان عوامل تأثیرگذار بر تشخیص فرصت کارآفرینی، مطابق با (شکل ۲ و جدول ۷) و براساس ضریب مسیر بیشترین تأثیر را در درجه اول هوشیاری کارآفرینانه (با ضریب مسیر ۴۵۱/ ۰و T-value ۴/۹۶۱) داشته است، بعد از هوشیاری کارآفرینانه، سرمایه انسانی (با ضریب مسیر ۰/۳۲۸ و T-value ۳/۸۲۷) داشته است. همچنین، بر اساس ضریب مسیر بیشترین عوامل تأثیرگذار به‌طور مستقیم بر هوشیاری کارآفرینانه در درجه اول روحیه کارآفرینانه (با ضریب مسیر ۰/۲۸۶ و T-value ۲/۸۸۳) و بعد از آن مهارت‌های ارتباطی و شبکه اجتماعی (با ضریب مسیر ۰/۲۱۹ و T-value ۲/۲۴۸) داشته است. به‌طور غیر مستقیم و بر اساس ضریب مسیر، روحیه کارآفرینی (با ضریب مسیر ۰/۱۲۹ و T-value ۲/۵۱۲)، مهارت‌های ارتباطی و شبکه (با ضریب مسیر ۰/۰۹۹ و T-value ۲/۰۴۸)، به‌ترتیب بیشترین تأثیرگذاری را بر تشخیص فرصت کارآفرینی داشتند.

جدول ۷- اثرات مستقیم عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی روستایی
Table 7. Direct effects of factors influencing rural entrepreneurship

فرضیه‌ها Hypotheses	مسیر Path	ضریب مسیر Path coefficient	t	نتیجه Result
H1	حمایت محیطی-> هوشیاری کارآفرینانه Environmental support -> Entrepreneurial awareness	-0.029	0.224	رد شد Rejected
H2	حمایت محیطی -> تشخیص فرصت کارآفرینی Environmental support -> Identifying entrepreneurial opportunities	-0.065	0.508	رد شد Rejected
H3	هوشیاری کارآفرینانه-> تشخیص فرصت کارآفرینی Entrepreneurial awareness -> Entrepreneurial opportunity recognition	0.451	4.961	با ۹۹٪ تایید شد Accepted at 99%
H4	روحیه کارآفرینانه-> هوشیاری کارآفرینانه Entrepreneurial spirit -> Entrepreneurial awareness	0.286	2.883	با ۹۹٪ تایید شد Accepted at 99%
H5	روحیه کارآفرینانه -> تشخیص فرصت کارآفرینی Entrepreneurial spirit -> Identifying entrepreneurial opportunities	0.042	0.387	رد شد Rejected
H6	سرمایه انسانی-> هوشیاری کارآفرینانه Human capital -> Entrepreneurial awareness	0.017	0.143	رد شد Rejected
H7	سرمایه انسانی -> تشخیص فرصت کارآفرینی Human Capital -> Identifying Entrepreneurial Opportunities	0.328	3.827	با ۹۹٪ تایید شد Accepted at 99%
H8	مهارت ارتباطی و شبکه-> هوشیاری کارآفرینانه Communication and networking skills -> Entrepreneurial alertness	0.219	2.248	با ۹۹٪ تایید شد Accepted at 99%
H9	مهارت ارتباطی و شبکه -> تشخیص فرصت کارآفرینی Communication and networking skills -> Identifying entrepreneurial opportunities	0.100	1.192	رد شد Rejected

لازم به توضیح است که در پژوهش حاضر متغیرها و عامل‌های تعیین شده مطابق شکل (۲) با نرم‌افزار Smart PLS مورد برازش قرار گرفتند. در این الگو، شاخص‌های با بار عاملی کمتر از ۰/۵ برای بهبود برازش مدل اندازه‌گیری حذف شدند (Hair *et al.,* 2022) و نهایتاً بقیه شاخص‌ها و متغیرها مورد تأیید واقع شدند. به این‌ترتیب، برازش مدل اندازه‌گیری و همگن بودن آن تأیید شد.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOI: 10.61882/jea.2025.431]



شکل ۲- مقادیر T-value مربوط به مسیرهای الگوی تحقیق
Figure 2. T-values related to the research model paths

جدول (۸) معنی‌داری هر یک از مسیرهای غیر مستقیم با معیار T-value را نشان می‌دهد. براساس نتایج در الگوی تحقیق، حمایت محیطی بر هوشیاری کارآفرینانه، حمایت محیطی بر تشخیص فرصت کارآفرینی، روحیه کارآفرینانه بر تشخیص فرصت کارآفرینی، سرمایه انسانی بر هوشیاری کارآفرینانه، مهارت ارتباطی و شبکه بر تشخیص فرصت کارآفرینی، حمایت محیطی بر تشخیص فرصت کارآفرینی و سرمایه انسانی بر تشخیص فرصت کارآفرینی به دلیل پایین‌تر بودن مقدار T-value از ۱/۶۴ معنی‌دار نیستند و در خصوص سایر مسیرهای مستقیم و غیر مستقیم با بالاتر بودن مقدار T-value از ۱/۹۶ در سطح اطمینان ۹۵ درصد با سطح خطای ۵ درصد و ۲/۵۶ بوده‌اند و در سطح اطمینان ۹۹ درصد با سطح ۱ درصد خطا معنی‌دار است.

جدول ۸- اثرات غیر مستقیم عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی روستایی
Table 8. Indirect effects of factors influencing rural entrepreneurship

مسیر غیرمستقیم Indirect path	ضریب مسیر Path coefficient	t	نتیجه Result
حمایت محیطی -> هوشیاری کارآفرینانه -> تشخیص فرصت کارآفرینی Environmental support -> Entrepreneurial awareness -> Entrepreneurial opportunity recognition	-0.013	0.237	رد شد Rejected
روحیه کارآفرینی -> هوشیاری کارآفرینانه -> تشخیص فرصت کارآفرینی Entrepreneurial spirit -> Entrepreneurial awareness -> Entrepreneurial opportunity recognition	0.129	2.512	با ۹۵٪ تایید شد Accepted at 95%
سرمایه انسانی -> هوشیاری کارآفرینانه -> تشخیص فرصت کارآفرینی Human capital -> Entrepreneurial awareness -> Entrepreneurial opportunity recognition	0.008	0.159	رد شد Rejected
مهارت‌های ارتباطی و شبکه اجتماعی -> هوشیاری کارآفرینانه -> تشخیص فرصت کارآفرینی Communication and social networking skills -> Entrepreneurial awareness -> Entrepreneurial opportunity recognition	0.099	2.048	با ۹۵٪ تایید شد Accepted at 95%

این پژوهش با هدف تدوین الگوی فرصت‌محور کارآفرینی روستایی و شناسایی عوامل مؤثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در محیط روستایی انجام شد. یافته‌های پژوهش نقش برجسته برخی از عوامل را در فرآیند تشخیص فرصت کارآفرینی روستایی نشان می‌دهند. در ادامه، هریک از یافته‌ها به طور مفصل‌تر بحث شده است و نتایج حاصله با مطالعات مشابه مقایسه شده‌اند.

ویژگی‌های شخصیتی همواره به‌عنوان یکی از عوامل مهم و تأثیرگذار بر توانمندی کارآفرینی شناخته شده‌اند. کارآفرینی، به‌دلیل ماهیت پرچالش و پرریسک خود، به مجموعه‌ای از ویژگی‌های خاص شخصیتی نیاز دارد که کارآفرین را قادر به مواجهه با چالش‌ها، تصمیم‌گیری در شرایط عدم قطعیت و بهره‌برداری از فرصت‌های موجود می‌کند. در این بخش، به بررسی اهمیت و نقش ویژگی‌های شخصیتی مختلف در کارآفرینی پرداخته می‌شود و این ویژگی‌ها با مطالعات مشابه مقایسه می‌شوند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند که مؤلفه‌های اعتماد به نفس از عامل روحیه کارآفرینی، پوشش و جستجوی اطلاعات از عامل هوشیاری کارآفرینانه، و دانش بومی و تجربه از عامل سرمایه انسانی، از اهمیت بالایی در فرآیند تشخیص فرصت برخوردار هستند. این یافته با مطالعات آردیچویلی و همکاران

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOI: 10.61882/jea.2025.431]

(Ardichvili *et al.,* 2003)، اوموتوشو و آنیگبا (Omotosho & Anyigba, 2019)، جمال و وکیل‌الرعایا (Jamal & Vakil Al-Reaya, 2021)، شجاعی‌فرد (Shojaefard, 2020)، عبدی جماران و همکاران (Abdi Jamayran *et al.,* 2017) و خوشمرام و همکاران (Khoshmaram *et al.,* 2017) همسو است. این مطالعات نشان داده‌اند که روحیه کارآفرینانه، هوشیاری کارآفرینانه و سرمایه انسانی، از جمله عوامل کلیدی در شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه هستند. باید ذکر نمود که ویژگی‌های شخصیتی به‌عنوان عوامل کلیدی در توانمندی کارآفرینی شناخته می‌شوند. هریک از این ویژگی‌ها نقش مهمی در ارتقای توانایی کارآفرینان در مواجهه با چالش‌ها و بهره‌برداری از فرصت‌ها دارند. نتایج مطالعات مختلف نشان می‌دهند که این ویژگی‌ها نه‌تنها موجب افزایش توانمندی کارآفرینان در مدیریت کسب‌وکارهای خود می‌شوند، بلکه آن‌ها را در مواجهه با محیط‌های پرچالش و ناپایدار نیز یاری می‌دهند. این یافته‌ها می‌توانند به برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران کمک کنند تا با تمرکز بر تقویت این ویژگی‌ها، محیط‌های کارآفرینی موفق‌تری را ایجاد کنند.

هوشیاری کارآفرینانه به‌عنوان یکی از عوامل کلیدی در موفقیت کارآفرینی، نقشی اساسی را در فرآیند تشخیص و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی ایفا می‌کند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند که هوشیاری کارآفرینانه بیشترین تأثیر را بر تشخیص فرصت دارد. این یافته با آردیچویلی و همکاران (Ardichvili *et al.,* 2003)، لومپکین و لیچتنشتاین (Lumpkin & Lichtenstein, 2005)، جمال و وکیل‌الرعایا (Jamal & Vakil Al-Reaya, 2021)، خوشمرام و همکاران (Khoshmaram *et al.,* 2017)، و شیرمحمدی و معاونی (Shirmohammadi & Mavouni, 2021) مطابقت دارد. هوشیاری کارآفرینانه به‌عنوان توانایی تشخیص و ارزیابی فرصت‌های جدید تعریف می‌شود. افراد با هوشیاری کارآفرینانه بالا نسبت به تغییرات محیطی حساس‌تر هستند و بهتر می‌توانند فرصت‌های پنهان را شناسایی کنند.

یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهند که سرمایه انسانی، به‌ویژه دانش بومی و تجربه، نقش برجسته‌ای در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در محیط‌های روستایی دارد. دانش بومی به کارآفرینان کمک می‌کند تا فرصت‌های خاص محیط خود را شناسایی کنند، در حالی که تجربه به آن‌ها این امکان را می‌دهد که از این دانش به بهترین نحو استفاده کنند و فرصت‌های کسب‌وکار جدیدی را ایجاد کنند. تقویت سرمایه انسانی از طریق آموزش‌های مرتبط و حمایت از تجربه‌های کارآفرینانه می‌تواند به توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی کمک شایانی کند. این نتایج با مطالعاتی همخوانی دارند که سرمایه انسانی را به‌عنوان یک عامل کلیدی در موفقیت کارآفرینان معرفی می‌کنند (Boudreaux & Nikolaev, 2019). همچنین این یافته با تحقیقات عبدی جماران و همکاران (Abdi Jamayran *et al.,* 2017)، خوشمرام و همکاران (Khoshmaram *et al.,* 2017) و همچنین مطالعه حسینی‌نیا و همکاران (Hosseininia *et al.,* 2019) مبنی بر این که در محیط‌های روستایی، دانش بومی و تجربه‌های محلی می‌تواند به کارآفرینان کمک کند تا فرصت‌های مناسب را بهتر شناسایی و از آن‌ها بهره‌برداری کنند همسو است.

بر اساس یافته‌ها، روحیه کارآفرینی به‌طور غیر مستقیم و از طریق تأثیر بر هوشیاری کارآفرینانه، بر تشخیص فرصت تأثیر می‌گذارد. این یافته نشان می‌دهد که افراد با روحیه کارآفرینانه بالا تمایل بیشتری به جستجوی اطلاعات و شناخت محیط اطراف خود دارند و در نتیجه، بهتر می‌توانند فرصت‌های جدید را شناسایی کنند. این یافته با تحقیقات آسانته و امانوئل (Asante & Emmanuel, 2019)، خوشمرام و همکاران (Khoshmaram *et al.,* 2017)، شیرمحمدی و معاونی (Shirmohammadi & Mavouni, 2021)، علی‌آبادی و همکاران (Aliabadi & Movahedi, 2016) و جمال و وکیل‌الرعایا (Jamal & Vakil Al-Reaya, 2021) مطابقت دارد.

بر خلاف انتظار، نتایج پژوهش نشان می‌دهند که حمایت محیطی تأثیر معنی‌داری بر تشخیص فرصت ندارد. این یافته ممکن است به‌دلیل ویژگی‌های خاص محیط روستایی و محدودیت‌های موجود در این محیط باشد. با این‌حال، مطالعات از جمله گان (Gan, 2022) نشان داده‌اند که حمایت محیطی می‌تواند نقش مهمی در ترویج کارآفرینی داشته باشد. همچنین، نتایج پژوهش‌هایی نظیر اودرچ و موگ (Audretsch & Moog, 2022) و شیرمحمدی و معاونی (Shirmohammadi & Mavouni, 2021) نشان داده‌اند که حمایت‌های محیطی می‌توانند تأثیر قابل توجهی بر موفقیت کارآفرینان داشته باشند. با این حال، تفاوت‌های فرهنگی و اجتماعی در جوامع روستایی ممکن است این تفاوت را توضیح دهند، به این معنا که در این محیط‌ها، حمایت‌های دولتی و نهادی لزوماً به‌طور مستقیم به هوشیاری کارآفرینانه منجر نمی‌شوند. همان گونه که درواری و همکاران (Darvari *et al.,* 2024) و سلیمانی و همکاران (Soleymani *et al.,* 2021) مطرح کرده‌اند، کارآفرینی و راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکارها در مناطق روستایی نیازمند توجه به اقدامات و راهبردهای اجرایی مناسب نظیر فراهم‌کردن حمایت‌های محیطی و نظام‌های حمایتی و تشویقی است.

نتایج پژوهش همچنین نشان می‌دهند که مهارت‌های ارتباطی و شبکه‌سازی تأثیر معناداری بر هوشیاری کارآفرینانه دارند، اما تأثیر آن‌ها بر تشخیص فرصت‌ها به‌صورت مستقیم معنادار نبوده است. این نتیجه با مطالعات قبلی از جمله آردیچویلی و همکاران (Ardichvili *et al.,* 2003)، لومپکین و لیچتنشتاین (Lumpkin & Lichtenstein, 2005)، بوسماه (Bousmah, 2021) و خوشمرام و همکاران (Khoshmaram *et al.,* 2017)؛ که تأثیر شبکه‌سازی بر موفقیت کارآفرینان را تأیید کرده‌اند، همخوانی دارد. در محیط‌های روستایی، شبکه‌های اجتماعی و ارتباطات محلی می‌توانند به‌عنوان منبع اطلاعات و منابع حمایتی عمل کنند، اما این امر لزوماً به تشخیص فرصت‌های جدید منجر نمی‌شود. تحقیقات دیگر در زمینه کارآفرینی نشان می‌دهند که شبکه‌های اجتماعی با سه بعد اساسی ساختاری، محیطی و شناختی عواملی مؤثر در موفقیت کارآفرینی هستند (Granovetter, Asante & Affum-Osei, 2019; 2005).

توسعه شبکه‌های کارآفرینی مرتبط‌تر در مناطق روستایی ممکن است برای تحقق فرصت‌ها ضروری باشد. اکوسیستم‌های

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOI: 10.61882/jea.2025.431]

روستایی می‌توانند ساختار مورد نیاز را فراهم کنند تا کارآفرینی به کاتالیزوری برای تحول منطقه‌ای تبدیل شود. این می‌تواند شامل دسترسی به منابع سرمایه خلاق، فضای انکوباسیون و خرده‌فروشی، مربیگری و فرصت‌های اجتماعی باشد که جامعه کارآفرینی بهم پیوسته‌تری را ایجاد می‌کند. علاوه بر این، بسیار مهم است که ارائه‌دهندگان خدمات در مناطق روستایی دانش دقیقی از این منابع و سیستم‌های مرتبط داشته باشند تا به‌طور موثر نیازهای این مشتریان تجاری را برآورده کنند (Ribeiro-Soriano, 2021؛ Barber *et al.*, 2017). نتایج این پژوهش با برخی از مطالعات پیشین در حوزه کارآفرینی روستایی همسو هستند. برای مثال، مطالعاتی که بر روی عوامل مؤثر بر کارآفرینی در مناطق روستایی انجام شده‌اند، به نقش مهم روحیه کارآفرینانه، هوشیاری کارآفرینانه و سرمایه انسانی اشاره کرده‌اند (Khoshmaram *et al.*, 2017). با این حال، برخی از یافته‌های این پژوهش با مطالعات دیگر متفاوت هستند، به ویژه در مورد نقش حمایت محیطی. این تفاوت‌ها ممکن است به‌دلیل تفاوت در زمینه‌های مطالعه، نمونه آماری و روش‌های تحقیق باشند.

نتیجه‌گیری کلی

در مجموع، یافته‌های این پژوهش حاکی از این هستند که عوامل فردی مانند روحیه کارآفرینانه، هوشیاری کارآفرینانه و سرمایه انسانی، نقش مهمی در تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در محیط روستایی دارند. با این‌حال، نقش حمایت محیطی در این فرآیند کمتر از آنچه انتظار می‌رفت، است. نتایج این پژوهش می‌توانند برای سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان در جهت توسعه کارآفرینی روستایی مفید باشند. برای مثال، می‌توان با تمرکز بر تقویت روحیه کارآفرینانه، افزایش هوشیاری کارآفرینانه و بهبود سرمایه انسانی روستاییان، به توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی کمک کرد.

بر اساس یافته‌های تحقیق، چندین پیشنهاد کاربردی قابل ارائه هستند که به بهبود و تسهیل فرآیند تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در مناطق روستایی کمک می‌کنند:

تقویت هوشیاری کارآفرینانه در روستاییان

باتوجه به تاثیر هوشیاری کارآفرینانه بر تشخیص فرصت کارآفرینی، پیشنهاد می‌شود که برنامه‌های آموزشی و کارگاه‌هایی با محوریت افزایش آگاهی کارآفرینانه برگزار شود. این برنامه‌ها باید به توسعه مهارت‌های جست‌وجوی اطلاعات و تحلیل محیطی بپردازند تا روستاییان قادر به شناسایی و استفاده از فرصت‌های موجود در محیط خود باشند.

ارتقاء سرمایه انسانی از طریق آموزش و انتقال دانش بومی

با توجه به نقش مؤثر سرمایه انسانی در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی، لازم است برنامه‌های آموزشی برای ارتقای دانش بومی، مهارت‌های تخصصی و تجربه ساکنان روستایی طراحی شوند. آموزش‌های فنی و عملی در حوزه‌هایی مانند کشاورزی و صنایع بومی، می‌تواند ظرفیت شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها را تقویت کند.

ترویج و حمایت از روحیه کارآفرینی

نتایج نشان می‌دهند که متغیرهای روحیه کارآفرینی مانند استقلال‌طلبی، ریسک‌پذیری و خودکارآمدی تأثیر مثبتی بر هوشیاری کارآفرینانه دارند. بنا بر این، باید برنامه‌های مشاوره و آموزش‌های انگیزشی به‌منظور تقویت این ویژگی‌ها در میان کارآفرینان روستایی اجرا شوند. این برنامه‌ها می‌توانند شامل مشاوره‌های فردی و گروهی، کارگاه‌های افزایش اعتماد به نفس و ایجاد فرهنگ ریسک‌پذیری باشند.

توسعه مهارت‌های ارتباطی و شبکه‌سازی

مهارت‌های ارتباطی و شبکه‌سازی از عوامل تأثیرگذار بر هوشیاری کارآفرینانه شناخته شده‌اند. بر این اساس، باید زیرساخت‌های ارتباطی و شبکه‌سازی در جوامع روستایی تقویت شوند. ایجاد شبکه‌های محلی کارآفرینی، مشارکت در رویدادهای ملی و منطقه‌ای و برگزاری جلسات مشترک بین کارآفرینان و نهادهای دولتی و خصوصی می‌تواند به بهبود ارتباطات و شبکه‌سازی کمک کند.

بازنگری در سیاست‌های حمایت محیطی

با توجه به عدم تأثیر معنادار حمایت محیطی بر هوشیاری و تشخیص فرصت کارآفرینی، بازنگری در سیاست‌های حمایتی ضروری است. این برنامه‌ها باید بر نیازهای واقعی کارآفرینان، مانند دسترسی به منابع مالی، بازار و تسهیلات، متمرکز شوند تا اثربخشی بیشتری داشته باشند.

ایجاد محیط‌های آموزشی و حمایتی برای تقویت روحیه خلاقیت و نوآوری

با توجه به تأثیرگذاری متغیرهایی مانند خلاقیت و نوآوری بر روحیه کارآفرینی، ایجاد مراکز نوآوری و خلاقیت در مناطق روستایی پیشنهاد می‌شود. این مراکز می‌توانند به‌عنوان پایگاه‌های دانش و تحقیق عمل کنند و از طریق برگزاری دوره‌های آموزشی، کارگاه‌های خلاقیت و همچنین حمایت از ایده‌های نوآورانه، بستری را برای تقویت این متغیرها فراهم کنند.

حمایت از توسعه زیرساخت‌های فناوری اطلاعات

برای بهبود دسترسی روستاییان به اطلاعات و ایجاد فرصت‌های بهتر برای کارآفرینی، توسعه زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات در مناطق روستایی ضرورت دارد. دسترسی به اینترنت و سایر فناوری‌های ارتباطی می‌تواند به روستاییان کمک کند تا اطلاعات لازم برای شناسایی فرصت‌ها را سریع‌تر و دقیق‌تر به‌دست آورند.

توجه به سیاست‌های توسعه‌ای متوازن

منظور از توسعه متوازن، توزیع عادلانه منابع، خدمات، زیرساخت‌ها و فرصت‌های اقتصادی میان مناطق شهری و روستایی به‌گونه‌ای است که از تمرکز امکانات در مراکز شهری و حاشیه‌نشینی گسترده جلوگیری شود. در این رویکرد، به‌جای تمرکز صرف بر حمایت از کشاورزی سنتی، سیاست‌گذاری‌ها باید به تنوع‌بخشی فعالیت‌های اقتصادی، بهبود دسترسی به بازارها، تقویت زیرساخت‌های فناوری و آموزش مهارت‌های کارآفرینانه در روستاها معطوف شوند. این سیاست‌ها با کاهش شکاف منطقه‌ای و فراهم‌سازی بسترهای لازم برای شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های بومی، زمینه‌ساز پایداری کسب‌وکارهای محلی و جلوگیری از مهاجرت نخبگان روستایی خواهند بود.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]

[DOI: 10.61882/jea.2025.431]

References

Aazami, M., Ataei, P., Aliabadi, V., & Mousivand, M. (2016). Assessment of psychological empowerment components on the women's participation in community-based organizations: structural equation usage. *Quarterly Journal of Woman and Society*, 7(25), 143-162. Doi: 20.1001.1.20088566.1395.7.25.8.2 [In Persian]

Abdi Jamayran, A., Sehat, A. & Hossein, E. (2017). Reviewing the process and utilizing entrepreneurial opportunities. *Karafan Journal*, *14*(1), 67-85. Doi: 20.1001.1.23829796.1396.14.41.4.5 [In Persian]

Aliabadi, V., Ataiee, P. and Movahedi, R. (2016). The Effect of Strategic Thinking and Social Capital on Recognition of Entrepreneurial Opportunities among Rural Youths (Case Study: Kangavar County). *Journal of Research and Rural Planning*, *5*(2), 95-110. Doi: 10.22067/jrrp.v5i2.46072 [In Persian]

Alizadeh-Dehkordi, P., Kamkar, B., & Nehbandani, A. (2024). The effect of climate change on the future of rainfed wheat cultivation in Iran. *Environment, Development and Sustainability*, *26*(1), 687-709. Doi: org/10.1007/s10668-022-02728-2

Alvarez, S.A., & Barney, J.B. (2016). Entrepreneurial capabilities: A resource-based view. In G. D. Meyer and K. A. Heppard (eds), *Entrepreneurship as strategy: Competing on the Entrepreneurial Edge*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications. Doi.org/10.1002/9781405164085.ch5

Aparicio, S., Urbano, D., & Audretsch, D. (2016). Institutional factors, opportunity entrepreneurship and economic growth: Panel data evidence. *Technological Forecasting and Social Change*, 102, 45-61. Doi: 10.1016/j.techfore.2015.04.006

Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 105-123.

Asante, E.A. & Emmanuel, A. (2019). Entrepreneurship as a career choice: the impact of locus of control on aspiring entrepreneurs' opportunity recognition. *Journal of Business Research, 98*, 227-235. Doi: 10.1016/j.jbusres.2019.02.006

Ataei, P., Izadi, N., & Yaghoubi Farani, A. (2016). Documentation of Managerial Experiences of Successful Production Cooperatives in Hamedan Province. *Cooperation and Agriculture,* 5(18), 1-28. [In Persian]

Audretsch, D. B., & Moog, P. (2022). Democracy and entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice,* 46(2), 368-392. Doi: org/10.1177/104225872094330

Barber, D., Harris M.L., & Jones, J. (2021). An overview of rural entrepreneurship and future directions. *Journal of Small Business Strategy,* 31(4), 1-4. Doi.org/10.53703/001c.29468

Berglund, H. (2007). Opportunities as existing & created: a study of entrepreneurs in Swedish mobile Internet industry. *Journal of Enterprising Culture*, *15*(3), 243-273. Doi: 10.1142/S0218495807000149

Boudreaux, C. J., & Nikolaev, B. (2019). Capital is not enough: opportunity entrepreneurship and formal institutions. *Small Business Economics*, *53*, 709-738. Doi: org/10.1007/s11187-018-0068-7

Bousmah, I. (2021). *Entrepreneurship in rural Canada: Necessity or opportunity driven? Innovation, Science and Economic Development Canada*, Ottawa, Canada, https://ised-isde.canada.ca/

Chamani, R., Azari, M., & Kralisch, S. (2020). Hydrological response to future climate changes in Chehelchay Watershed in Golestan Province. *Watershed Engineering and Management*, *12*(1), 72-85. Doi: 10.22092/ijwmse.2019.122726.1522 [In Persian]

Darvari, S. Z., Jamshidi, O., & Ghorbani Piralidehi, F. (2024). Designing a Sustainable Rural Entrepreneurship Development Model (Case Study: Coastal Villages of Sari and Miandorud Counties). *Journal of Entreneurship and Agriculture*, 11(2), 54-73. Doi: 10.61186/jea.11.2.54 [In Persian]

Feizabadi, Y., & Zahedi, Sh. (2018). Analysis of socio-economic inequalities in development in rural areas of Iran. *Journal of Spatial Economics and Rural Development, 7*(2), 23-37. Doi: 10.30495/jzpm.2021.28375.3932 [In Persian]

Gan, W. (2022). Rural entrepreneurship opportunities in north eastern region of China. *Journal of Commercial Biotechnology,* 27(2). Doi: https://doi.org/10.5912/jcb1067.

Granovetter, M. (2005). The impact of social structure on economic outcomes. *Journal of Economic Perspectives,* 19, 33-50. Doi:10.1257/0895330053147958

Habibi, A., & Kalahi, B. (2022). *Structural Equation Modeling and Factor Analysis (Practical Training of LISREL Software)*. Jihad Daneshgahi Publications, Tehran, Iran. [In Persian]

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM),* 3rd ed. Thousand Oaks, CA: Sage.

He, J., Nazari, M., Zhang, Y., & Cai, N. (2020). Opportunity-based entrepreneurship and environmental quality of sustainable development: A resource and institutional perspective. *Journal of Cleaner Production*, 256, 120390. Doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120390

Hosseininia, G.H., Aliabadi, V. & Ataei, P. (2019). Configurating Dimensions of cooperative-oriented entrepreneurship ecosystem within small rural enterprises. *Journal of Entrepreneurship Development*, 12(3), 341-360. Doi: 10.22059/jed.2019.286203.653083 [In Persian]

Iñiguez, P. C., Flores, R. A., Guerra, M. M., Hernández, R. R., & Rejón, J. G. B. (2024). Rural development with agroecological emphasis for highly marginalized areas in Mexico; the bet for the paradigm change. *Brazilian Journal of Development*, 10(2), Doi: 10.34117/bjdv10n2-018

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]

[DOI: 10.61882/jea.2025.431]

Jamal, M. & Vakil Al-Reaya, Y. (2021). Designing a Model for Entrepreneurship Development in Rural Areas Based on Jihadi Management. *Quarterly Journal of Scientific Studies on Islamic-Iranian Progress Model*, 8(2), 110-137. Doi: 20.1001.1.23295599.1399.8.2.4.6 [In Persian]

Kaboosi, K. & Kordjazi, M. (2017). The effect of climate change on meteorological parameters and drought in Golestan province. *Iran-Water Resources Research*, 13(3), 205-213. https://www.iwrr.ir/article_42957.html [In Persian]

Kalbali, E., Ziaee, S., Mardani Najafabadi, M., & Zakerinia, M. (2019). Assessment of Climate Change Impacts on Optimum Cropping Pattern: A Case Study of Ghareso Basin in Golestan Province. *Iran-Water Resources Research*, 15(3), 251-271. Doi: 20.1001.1.17352347.1398.15.3.20.1 [In Persian]

Khoshmaram, M., Zarafshani, K., Mirakzadeh, A., & Alibaygi, A. (2017). Modeling Agricultural Entrepreneurial Opportunity Recognition in Kermanshah Province: Application of NVivo Software. *Journal of Rural Research*, 8(3), 388-403. Doi: 10.22059/jrur.2017.63477 [In Persian]

Lumpkin, G. T., & Lichtenstein, B. B. (2005). The role of organizational learning in the opportunity recognition process. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(4), 451-472. Doi: 10.1111/j.1540-6520.2005.00093.x

Masoomi, E., & Rezaei-Moghaddam, K. (2023). Appraisal of An Opportunity-Based model for Rural Entrepreneurial Process. *Journal of Agricultural Science and Technology*, *25*(3), 505-519. Doi: 10.22034/jast.25.3.505

Momenpour, M., Ghorbanzadeh Zafarani, S. Z. & Rasoli, H. (2022). Evaluation of the desirability of urban peripheral spaces for the development of agricultural economic activities (Case: Golestan Province). *Journal Space Economy and Rural Development*, *11*(40), 143-164. Doi: 20.1001.1.23222131.1401.11.40.7.2 [In Persian]

Olyani, M. (2024). *Designing an opportunity-oriented model of rural entrepreneurship process (Case: Western Counties of Golestan province).* Master of Sciences Thesis (MSc), Departman of agricultural Extension and Education, Sari Agriculture and natural resources university, Sari, Iran.

Omotosho, S. I., & Anyigba, H. (2019). Conceptualising corporate entrepreneurial strategy: a contingency and agency collaborative approach. *Journal of Strategy and Management*, *12*(2), 256-274. Doi: 10.1108/JSMA-05-2018-0046

Pato, M. L., & Teixeira, A. A. (2016). Twenty years of rural entrepreneurship: A bibliometric survey. *Sociologia Ruralis, 56*(1), 3-28. Doi:10.1111/soru.12058

Ribeiro-Soriano, D. (2017). Small business and entrepreneurship: Their role in economic and social development. *Entrepreneurship and Regional Development,* 29(1–2), 1–3. Doi: 10.1080/08985626.2016.1255438

Sarokhani, B. (2014). *Research Methods in Social Sciences: Principles and Foundations (Volume 1).* Institute for Humanities and Cultural Studies Publications, Tehran, Iran. [In Persian]

Shafiee, F., Jamshidi, O. & Najafi, H. (2024). A Model of the Development of Entrepreneurship in Agricultural Transformation and Complementary Industries (From the point of view of Mazandaran province entrepreneurs). *The Journal of Community Development (Rural-Urban)*, 16(1), 145-165. Doi: 10.22059/jrd.2024.375228.668854 [In Persian]

Shah Moridi, R., Kazemi, H. & Kamkar, B. (2017). Evaluation of Sustainable Agricultural Development in Golestan Province. *Journal of Agricultural Science and Sustainable Production*, 27(1), 197-215. Doi: 20.1001.1.24764310.1396.27.1.13.3 [In Persian]

Shahraki, H. & Heydari, E. (2019). Rethinking rural entrepreneurship in the era of globalization: some observations from Iran. *Journal of Global Entrepreneurship Research, 9*(42), 1-26. Doi:10.1186/s40497-019-0162-6

Shane, S. & Sankaran, V. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.

Shirmohammadi, Y., & Mavouni, M. A. (2021). Designing a Rural Women Entrepreneurship Model in Agricultural Tourism Using a Mixed Approach. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, *7*(4), 85-102. Doi: 10.22069/jead.2021.18868.1465 [In Persian]

Shojaefard, A. (2020). Empowering & Creating Rural Entrepreneurship in Small Business Environment Case Study of Bandar Abbas Towns of Hormozgan Province. *Journal of Regional Planning,* 9(36), 185-196. [In Persian]

Soleymani, A., Yaghobi Farani, A., & Karimi, S. (2021). Designing a model for sustainable entrepreneurship development for rural businesses in Hamedan province. *Journal of Space Economy and Rural Development*, *10*(2):49-78. Doi: 20.1001.1.23222131.1400.10.36.3.3. [In Persian]

Statistical Centre of Iran, (2023). Available at: https://amar.org.ir/

Ucbasaran, D., Westhead, P., & Wright, M. (2009). The extent and nature of opportunity identification by experienced entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, *24*(2), 99-115. Doi: 10.1016/j.jbusvent.2008.01.008

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]

[DOI: 10.61882/jea.2025.431]