



Modeling Opportunities and Challenges for Entrepreneurship Development in the Marketplaces of Sari County

Shahram Mollania Jelodar¹, Ali Shamsoddini^{2*}, Seyed Hassan Rasouli³

1. Assistant Professor, Department of Social Sciences, Payame Noor University, Tehran, Iran.

2. Associate Professor, Department of Architecture and Urban Planning, Shiraz Branch, Islamic Azad University, Shiraz, Iran.

3. PhD, Department of Geography and Urban Planning, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

*Corresponding author, Email: ali.shamsoddini@yahoo.com

Keywords:

Opportunities and Challenges, Entrepreneurship Development, Sari County Marketplaces.

1. Introduction

Agricultural entrepreneurship serves as a critical socio-economic catalyst in contemporary rural development, functioning as a primary mechanism for optimizing resource utilization, attracting private investment, and facilitating rapid technological diffusion. In the Mazandaran Province of Iran—a region characterized by substantial natural wealth and high agricultural output—the development of entrepreneurial marketplaces represents an essential strategy for addressing the persistent challenges of rural unemployment and economic stagnation. While the province possesses significant untapped potential for value-added agricultural production, the existing entrepreneurial ecosystem faces systemic barriers, including limited access to financial capital, information asymmetry, and infrastructural deficiencies. Within this context, the establishment of efficient, well-structured marketplaces is not merely a commercial endeavor but a fundamental policy intervention. Sustainable employment and poverty reduction in rural regions such as Sari require more than simple market access; they demand a holistic framework that integrates entrepreneurial education, robust institutional support, and infrastructural improvement. Despite the acknowledged necessity of agricultural entrepreneurship, applied models tailored to the specific socio-economic context of northern Iran remain underdeveloped. This study addresses this gap by analyzing the drivers of marketplace entrepreneurship, aiming to provide a scientifically grounded model that policymakers can utilize to bolster food security, foster regional economic resilience, and mitigate the pressures of population growth and unemployment.

2. Methodology

This research adopted an applied, descriptive-correlational design to model the opportunities and challenges inherent in marketplace entrepreneurship within Sari County. The study employed a mixed-methods approach, initiated by two years of participatory observation to identify context-specific variables, followed by the administration of a structured survey instrument to a representative sample of domestic and international market consumers. Sampling was executed through a geographically clustered, temporally stratified method to ensure comprehensive data capture across different market peak times. The research framework operationalized entrepreneurship development as a dependent variable measured through eight key indicators, including customer satisfaction, support for local producers, innovation, accessibility, and job preservation. Six independent variables were assessed: product quality, price competitiveness, accessibility and distribution logistics, innovation and diversity, institutional/governmental support, and

Received:

09/Nov/2025

Revised:

11/Dec/2025

Accepted:

23/Dec/2025



consumer culture. Data analysis was conducted using SPSS, employing bivariate Pearson correlation, multiple regression analysis, and structural path modeling to evaluate the interdependencies between factors. The validity of the model was confirmed through rigorous statistical significance testing, ensuring that the findings accurately reflect the complex interplay of factors driving entrepreneurial growth.

3. Findings

The quantitative findings of the research, derived from univariate and multivariate regression analyses as well as path analysis, provide detailed insights into the relationships between entrepreneurship development in marketplaces of Sari County and various independent variables. Pearson correlation tests revealed a statistically significant relationship between all independent variables—including opportunities and challenges, environmental and institutional factors, and consumer attitudes and behaviors—and the dependent variable of entrepreneurship development, with a correlation coefficient of 0.58. Among the six main components, institutional and governmental support and agricultural product quality exhibited the highest levels of influence, with correlation coefficients of 0.58 and 0.53, respectively. Other variables such as price and affordability (0.49), product accessibility and distribution (0.25), product diversity and innovation (0.20), and consumer culture and attitudes (0.34) also demonstrated positive, albeit weaker, correlations. In the multivariate regression model, four key components—namely institutional and governmental support, product accessibility and distribution, price and affordability, and agricultural product quality—were identified as significant independent variables. Collectively, these variables accounted for 42 percent of the variance in entrepreneurship development, underscoring their critical role. In terms of relative impact, institutional support exhibited the strongest effect, with a beta coefficient of 0.33, followed by accessibility and distribution ($\beta = 0.19$), product quality ($\beta = 0.18$), and price and affordability ($\beta = 0.17$). Path analysis, in which each of the four components was alternately placed as a dependent variable within the regression equations, demonstrated that both direct and indirect effects of these factors contribute meaningfully to entrepreneurship development. The total effect of each component was obtained by summing its direct influence and the aggregated indirect path effects. Finally, statistical measures such as the multiple regression correlation coefficient (0.64), adjusted R-squared value (0.42), and the significance levels of the tests indicated a high degree of validity for the proposed model. Overall, the results clearly show that these four principal factors exert a direct and substantial influence on the development of entrepreneurship in marketplaces of Sari, and that the statistical indicators reflect the robustness and precision of the analytical process.

4. Discussion and Conclusion

The study provides a comprehensive analytical framework for understanding the multidimensional factors influencing agricultural entrepreneurship in Sari. The findings emphasize that institutional and governmental support acts as the vital enabler of the market ecosystem; by streamlining regulatory policies, providing financial avenues, and ensuring economic security, the state reduces entry barriers and empowers local entrepreneurs. Furthermore, the significance of product quality as a primary driver of consumer satisfaction confirms that consistency and excellence in the supply chain are non-negotiable prerequisites for market competitiveness and sustainable growth. The evidence regarding pricing and distribution highlights the pragmatic side of rural development: reasonable pricing strategies must be balanced with robust logistical infrastructure—such as improved storage facilities and distribution networks—to minimize post-harvest losses and maximize market access. While consumer culture and product innovation exhibited lower direct impacts, they function as essential indirect forces that build long-term market loyalty and adaptive resilience against shifting demand. In conclusion, fostering sustainable agricultural entrepreneurship requires a deliberate integration of economic, institutional, and social policies. Policymakers should prioritize the enhancement of governmental support mechanisms, the standardization of quality control, and the modernization of distribution logistics. By shifting from disjointed interventions to an integrated model that empowers both the producer and the market infrastructure, the province can successfully leverage its agricultural potential, ultimately fostering a resilient, employment-generating marketplace that secures both regional prosperity and food security.

How to cite this article:

Mollania Jelodar, Sh., Shamsoddini, A. & Rasouli, S.H. (2026). Modeling Opportunities and Challenges for Entrepreneurship Development in the Marketplaces of Sari County. *Village and Space Sustainable Development*, 7(2), 69-88. <https://doi.org/10.22077/vssd.2025.10447.1340>





فصلنامه روستا و توسعه پایدار فضا

دوره ۷، شماره ۲، پیاپی ۲۶، تابستان ۱۴۰۵، صفحات ۸۸-۶۹

<https://doi.org/10.22077/vssd.2025.10447.1340>

مدل سازی فرصت ها و چالش های توسعه کارآفرینی در بازارچه های شهرستان ساری

شهرام ملانیا جلودار^۱، علی شمس الدینی^{۲*}، سید حسن رسولی^۳

۱. استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

۲. دانشیار گروه معماری و شهرسازی، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

۳. دکتری گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

* نویسنده مسئول، ایمیل: ali.shamsoddini@yahoo.com

چکیده

چالش های ساختاری مانند آزادسازی تجارت، کاهش حمایت های دولتی و تغییر الگوهای تقاضا موجب پیچیدگی در بخش کشاورزی و افزایش ضرورت توسعه کارآفرینی شده اند. در این میان، محدودیت هایی همچون کمبود سرمایه، دسترسی ناکافی به دانش و بازار و هزینه های بالای نهاده ها، نیاز به شناسایی و اولویت بندی موانع کارآفرینی کشاورزی را در برنامه ریزی توسعه بیش از پیش آشکار ساخته اند. هدف از تحقیق حاضر مطالعه مدل سازی فرصت ها و چالش های توسعه کارآفرینی در بازارچه های شهرستان ساری در سال ۱۴۰۴ می باشد. پژوهش حاضر از لحاظ هدف، از نوع کاربردی، از لحاظ نوع روش، توصیفی و همبستگی می باشد و از لحاظ روش گردآوری اطلاعات، میدانی می باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه مشتریان بازارچه های شهرستان ساری می باشد. نمونه گیری به شیوه هدفمند-تصادفی در سه بازه زمانی (ابتدای، میانه و انتهای هفته) انجام شد و پرسشنامه از ۵۲۵ نفر بالای ۱۸ سال تکمیل گردید، داده ها با نرم افزار SPSS تحلیل شد و برای تحلیل فرضیات از ضریب همبستگی پیرسون، رگرسیون چندمتغیره و تحلیل مسیر استفاده شد. یافته ها نشان داد چهار مؤلفه حمایت های نهادی و دولتی، دسترسی و توزیع محصولات، قیمت و مقرون به صرفه بودن، و کیفیت محصولات کشاورزی توانسته اند ۴۲ درصد تغییرات توسعه کارآفرینی در بازارچه های شهرستان ساری را تبیین کنند و بیشترین تأثیر را به خود اختصاص دهند. ضریب همبستگی چندمتغیره این مؤلفه ها با توسعه کارآفرینی برابر ۰.۶۴ است که نمایانگر رابطه مستقیم و معنادار آن هاست. همچنین فرهنگ مصرف کننده و نوآوری در محصولات نیز تأثیر غیرمستقیم مهمی دارند. بنابراین، تقویت این ابعاد از طریق سیاست های حمایتی، بهبود کیفیت و قیمت گذاری مناسب، به همراه افزایش فرهنگ کارآفرینی و نوآوری، راهکارهای مؤثری برای توسعه پایدار این بازارچه ها است.

واژگان کلیدی:

فرصت ها و چالش ها، توسعه کارآفرینی، بازارچه های شهرستان ساری.

تاریخ ارسال:

۱۴۰۴/۰۸/۱۸

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۴/۰۹/۲۰

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۵/۱۰/۰۲

۱- مقدمه

توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی برای استفاده بهینه از منابع، ترغیب سرمایه‌گذاری، انتقال فناوری و اشتغال - زایی نقش کلیدی و اساسی دارد. شهرستان ساری همچنین با داشتن ظرفیت های زیاد منابع طبیعی و کشاورزی، علاوه بر افزایش بهره‌وری و ارزش افزوده محصولات کشاورزی، با توسعه کارآفرینی در بازارچه‌های ناحیه‌ای، با زمینه‌سازی اشتغال پایدار می‌تواند باعث کاهش بیکاری در شهر ساری شود (رسولی و همکاران، ۱۴۰۳، ۳). با افزایش جمعیت در کشورهای در حال توسعه، موجب بوجود آمدن نیازهای اقتصادی، اجتماعی و شدت گرفتن بیکاری شده است. توجه به کارآفرینی برای از بین این بیکاری اهمیت روزافزونی پیدا نموده و با در نظر گرفتن شرایط اقتصادی و مکانی کشورها توسعه کارآفرینی بنا به این زمینه‌ها باید توسعه یابند. استان مازندران بنا به شرایط و پتانسیل بخش کشاورزی می‌تواند به تولید ناخالص ملی و سایر بخش‌های تولید کمک مناسبی نماید (سردار شهرکی و تاش، ۱۴۰۲، ۳۵). پژوهشگران بر اهمیت بومی‌سازی کارآفرینی، به ویژه با تمرکز بر بخش کشاورزی تأکید می‌کنند (دیاس^۱، ۲۰۱۹؛ فیتز-کوچ^۲ و همکاران، ۲۰۱۸، ۱۴۷).

سیاست‌گذاران به طور خاص بر کارآفرینی برای مقابله با فقر در جوامع روستایی و کشاورزی، به ویژه در اقتصادهای در حال توسعه تمرکز کرده‌اند (دزینگیرای^۳، ۲۰۲۱، ۶۷۰؛ کیمیت^۴ و همکاران، ۲۰۲۰). چالش‌های کشاورزی در جهان و ایران شامل خصوصی‌سازی و کوچک‌سازی دولت، آزادسازی تجارت و کاهش حمایت‌های دولتی است. همچنین تغییر ذائقه و تقاضای مشتریان، شرایط را پیچیده‌تر کرده است. این عوامل باعث شده‌اند که اهمیت کارآفرینی در کشاورزی بیش از پیش افزایش یابد. بنابراین، توسعه کارآفرینی نقش کلیدی در بهبود وضعیت کشاورزی دارد (شیرزادی‌لسکوکالایه و منظوری، ۱۳۹۸، ۱۴۲).

محیط روستایی چالش‌های منحصر به فردی برای کارآفرینان ایجاد می‌کند، مانند دسترسی محدود به سرمایه مالی و انسانی، اندازه کوچک بازار و کانال‌های ارتباطی نامناسب. مجموعه‌ای از محدودیت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی کشورهای در حال توسعه در ادبیات مستند شده است (رسولی و همکاران، ۱۴۰۴، ۱۰۰). برای مثال، کمبود منابع مالی یکی از موانع مهمی است که کارآفرینان کشاورزی در کشورهای در حال توسعه با آن مواجه هستند (تانه^۵، ۲۰۲۲). چندین مانع برای کارآفرینان کشاورزی از جمله فقدان دسترسی به اطلاعات، دانش، مالی و فاصله از بازار را برجسته کرده‌اند. علاوه بر این، هزینه‌های بالای نهاده‌های کشاورزی (بذر، کود و تجهیزات) موانعی برای شروع و توسعه کسب‌وکارهای کشاورزی ایجاد می‌کند (اولیناهو و کروگر^۶، ۲۰۲۱، ۲۱۵). برای بررسی سیستماتیک کارآفرینی کشاورزی زمینه‌های متفاوتی وجود داشته و دارد ولی در برنامه‌ریزی برای توسعه کارآفرینی کشاورزی همیشه این نیاز حس می‌شود که شناسایی، دسته‌بندی و اولویت‌گذاری‌های چالش‌ها و موانع کارآفرینی کشاورزی، هم برای مدیران و مسئولین کلان و هم برای کشاورزان و کسانی که قصد کسب‌وکارهای تولیدی را مدنظر دارند یک خلاء قابل توجه می‌باشد.

در کشورهای در حال توسعه، از جمله ایران، رشد جمعیت و فشارهای اقتصادی-اجتماعی، بیکاری را تشدید کرده و نیاز به راهکارهای بومی کارآفرینی را حیاتی ساخته است. استان مازندران با تکیه بر بخش کشاورزی پویا، می‌تواند سهم قابل توجهی در تولید ناخالص ملی ایفا کند، اما چالش‌هایی نظیر وابستگی به واردات نهاده‌ها، ضعف زیرساخت‌های حمل‌ونقل و ذخیره‌سازی (که ضایعات محصولات فصلی را تا ۲۰-۳۰ درصد افزایش می‌دهد)، کمبود تسهیلات مالی، رقابت

¹ Dias

² Fitz-Koch

³ Dzingirai

⁴ Kimmitt

⁵ Thanh

⁶ Ollinaho & Kroger

نابرابر با فروشگاه های زنجیره ای، فقدان آموزش های نوین (مانند بازاریابی دیجیتال) و تهدیدهای اقلیمی مانند گرمایش جهانی و سیلاب های دوره ای، توسعه کارآفرینی در بازارچه های ساری را مختل ساخته است (شیرزادی لسکوکلایه و منظوری، ۱۳۹۸، ۱۴۴؛ سردار شهرکی و تاش، ۱۴۰۲، ۴۰؛ تانه^۱، ۲۰۲۲). این موانع، که در ادبیات جهانی نیز بر محدودیت های مالی، دسترسی به بازار و دانش در جوامع روستایی تأکید دارند (اولیناهو و کروگر^۲، ۲۰۲۱، ۲۱۴؛ دیاس^۳، ۲۰۱۹، ۱۰۲؛ فیتز-کوچ^۴ و همکاران، ۲۰۱۸، ۱۵۰). خلأیی جدی در برنامه ریزی های محلی ایجاد کرده اند. پژوهش حاضر با تمرکز بر دیدگاه مصرف کنندگان، به تحلیل تأثیر عوامل نهادی و محیطی بر فرصت ها و چالش های کارآفرینی در این بازارچه ها می پردازد تا مدل مفهومی جامعی برای سیاست گذاری های هدفمند ارائه دهد و به پایداری اقتصادی منطقه یاری رساند.

همانطور که گفته شد می توان این چالش و موانع را از زوایای مختلفی بررسی نمود لذا این پژوهش قصد دارد که فرصت ها و چالش های توسعه کارآفرینی در بازارچه های شهرستان ساری را از نظر و دیدگاه مصرف کنندگان مطالعه نماید و سپس تحلیل شود که هر کدام از مؤلفه های نهادی و محیطی به چه میزان بر توسعه کارآفرینی تأثیرگذار است؟

۲- بنیان نظریه ای

چارچوب نظری این پژوهش شامل پنج عامل کلیدی مؤثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی است که عبارتند از عوامل اقتصادی، اجتماعی، محیطی، رفتاری و ترویجی. عوامل اقتصادی بیشترین تأثیر را بر کارآفرینی کشاورزی دارند و شامل دسترسی به تسهیلات مالی، حمایت های اعتباری و بازارهای رقابتی است. عوامل اجتماعی، مانند نقش جوانان روستایی و آموزش های کارآفرینانه، به عنوان فرصت های مهم در توسعه کارآفرینی مطرح می شوند. از سوی دیگر، چالش های توسعه کارآفرینی در بازارچه های شهرستان ساری می تواند ناشی از محدودیت های محیطی، کمبود زیرساخت ها، ضعف در دسترسی به منابع مالی و بازار، و کمبود حمایت های نهادی و ترویجی باشد که باید در چارچوب پژوهش مورد تحلیل قرار گیرد. در نهایت، چارچوب نظری پژوهش بر پایه مدل مفهومی چندبعدی است که توسعه کارآفرینی کشاورزی را نتیجه تعامل عوامل اقتصادی، اجتماعی، محیطی، رفتاری و ترویجی می داند و هدف آن تبیین و تحلیل مدل سازی فرصت ها و چالش ها برای ارائه راهکارهای عملی جهت توسعه پایدار کارآفرینی در بازارچه های شهرستان ساری است.

کارآفرینی، فرآیندی پویا و تحول آفرین است که خلاقیت، کمال و دگرگونی را به ارمغان می آورد. این روند بر پایه بهره گیری از انگیزه های فردی برای خلق ایده های تازه، پیاده سازی راهکارهای عملی و ایجاد نوآوری بنا شده و با افزایش تولید و خدمات، به عنوان نیروی محرکه اصلی پیشرفت اقتصادی عمل می کند (وحیدی راد و همکاران، ۱۴۰۳: ۱۶۴). برخی پژوهشگران توسعه، به ویژه در زمینه توسعه روستایی، کارآفرینی را عاملی کلیدی برای رشد اقتصاد، بهبود رفاه اجتماعی و توسعه پایدار می دانند. این حوزه با ارتقاء کیفیت زندگی، افزایش فرصت های شغلی، بهبود بهره وری تولیدات روستایی و افزایش درآمد ساکنان روستاها ارتباط مستقیم دارد و به کاهش فقر و مهاجرت روستاییان کمک می کند. همچنین، بسته به شرایط اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و محیطی هر منطقه روستایی، ظرفیت ها و فرصت های توسعه کارآفرینی متفاوت خواهد بود (جمینی و جمشیدی، ۱۴۰۰، ۷۶). فرد کارآفرین توانایی تولید سریع و متنوع ایده ها را دارد که احتمال یافتن راه حل های عملی را افزایش می دهد و خطا را کاهش می دهد. کارآفرینان در مواجهه با شرایط مبهم و اطلاعات ناقص، بدون احساس تهدید، به طور اثربخش عمل کرده و ابهامات را به نفع خود تغییر می دهند؛ این ابهام ها انگیزه های برای

¹ Thanh

² Ollinaho & Kroger

³ Dias

⁴ Fitz-Koch

آنهاست. رویاپردازی به آنها کمک می‌کند تا اهداف جذاب و گستاخانه‌ای تعریف کنند و چالش‌ها را فرصتی برای شکوفایی مهارت‌ها ببینند (رسولی و همکاران، ۱۴۰۲، ۵۵). همچنین، کارآفرینان با انگیزه پیشرفت و پذیرش ریسک‌های حساب‌شده، حاضرند منابع خود را برای شروع فعالیت اقتصادی به مخاطره اندازند (مقدس‌نیکو و همکاران، ۱۴۰۰).

صاحب‌نظران و پژوهشگران توسعه عقیده دارند که در دوران معاصر توسعه، مفهومی چندبعدی و چندوجهی متشکل از عوامل و مؤلفه‌های متعدد و نیازمند نگرشی جامعه و مانع در حوزه‌هایی چون اقتصاد، اجتماعی، فرهنگ، سیاست، جهان‌بینی زیستن، تعهد به توسعه، زیست‌بوم و نیازهای نسل فعلی توأم با نیازهای نسل آینده بشری است (میرزاخانی و همکاران، ۱۴۰۲، ۳۸۸). مهم‌ترین تنظیم‌کننده‌ای که فعالیت کارآفرینی را در یک اکوسیستم کنترل می‌کند، دسترسی به منابع مالی است. به عنوان یک قاعده و اصل، مقداری سرمایه‌گذاری اولیه برای شروع یک فعالیت کارآفرینانه مورد نیاز است و در دسترس بودن اعتبار بانکی یا ارائه‌دهندگان سهام خصوصی برای حمایت از کارآفرینی دارای اهمیت است. بنابراین فعالیت کارآفرینی در هر کشور و منطقه‌ای به پیچیدگی سیستم‌های اعتباری و وام‌دهی وابسته می‌باشد (آشنا و همکاران، ۱۴۰۲، ۴۱).

برای دستیابی به موفقیت در جامعه امروز، به عنصر حیاتی کارآفرینی نیازمند است. بروز بحران‌های اقتصادی اخیر، نقش کارآفرینی را به عنوان پیشران توسعه اقتصادی اثبات نموده و ایجاد شغل و پیشرفت تکنولوژی به طور گسترده‌ای به مقوله کارآفرینی گره خورده است (عباسی و همکاران، ۱۴۰۲، ۱۷). بنا به اعتقاد پیتر دراگر، کارآفرین کسی هست که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع نموده، ارزش‌ها را تغییر داده و در عین مخاطره‌پذیری به درستی تصمیم‌گیری می‌نماید (طهماسبی‌زاده و همکاران، ۱۴۰۱، ۲). کارآفرینی، نوآوری و خلاقیت نماد صنعتی شدن مدرن هستند و موفقیت در این حوزه‌ها به نوآوری و جریان مستمر سرمایه وابسته است. عوامل مختلفی، به ویژه تامین مالی و هزینه‌ها، بر این دو عامل تاثیرگذارند. کسب‌وکارهای کارآفرین نوپا معمولاً منابع مالی محدودی دارند که مدیریت آنها را دشوار می‌کند، اما به دلیل ویژگی‌های خاص خود، انعطاف بالایی در مواجهه با تغییرات اقتصادی دارند (آشنا و همکاران، ۱۴۰۲). بر اساس نظر آیزنبرگ، اکوسیستم کارآفرینی شامل صدها عنصر است که در شش قلمرو اصلی دسته‌بندی می‌شوند: ۱. بازار: مشتری‌های اولیه و شبکه‌هایی مانند شبکه‌های کارآفرینی و شرکت‌های بین‌المللی ۲. سیاست: رهبری مستحکم، حمایت دولت، نهادها، چارچوب‌های مقرراتی و قوانین سرمایه‌پسند ۳. سرمایه مالی: وام‌های خرد، سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر و سرمایه‌گذاران فرشته ۴. فرهنگ: موفقیت‌های قابل مشاهده، تحمل ریسک و شکست، و جایگاه اجتماعی کارآفرینان ۵. حمایت‌ها: زیرساخت‌ها، حمایت‌های حرفه‌ای مانند خدمات حقوقی و حسابداری و سازمان‌های غیردولتی ۶. سرمایه انسانی: موسسات آموزشی و توسعه مهارت‌ها. این شش حوزه، ساختار اصلی اکوسیستم کارآفرینی را تشکیل می‌دهند که به طور همزمان باید تقویت شوند تا اکوسیستم موفق و پایدار باشد (قنبری‌موحد، ۱۴۰۱، ۷۱-۷۲).

فرهنگ حاکم بر جامعه نقش مهمی در تشویق کارآفرینی دارد و ارزش‌گذاری به کارآفرینان، انگیزه آنها را افزایش می‌دهد. رابطه قوی بین فرهنگ مردم و تمایل به کارآفرینی وجود دارد. دولت‌ها با سیاست‌های مشوق‌گونه خود می‌توانند فرهنگ کارآفرینانه را تقویت کنند. همچنین، عوامل اجتماعی مانند خانواده، آداب و رسوم و همکاری دوستان در موفقیت کارآفرینان موثرند (ایزدی و قنبری، ۱۴۰۰، ۲۶). ویژگی‌های مدیران و کارکنان نقش کلیدی در توسعه کارآفرینی سازمانی دارند. مدیران با مسئولیت‌پذیری، خوداتکایی، شایسته‌سالاری و توانایی ریسک‌پذیری، مدیریت مؤثر و ارتقای کار گروهی را ممکن می‌سازند که به نفع جامعه روستایی و رفاه اقتصادی آن است. کارکنان نیز با ارائه ایده‌های نو، مسئولیت‌پذیری و روحیه تعاون، فرصت‌های سرمایه‌گذاری سودآور را شناسایی کرده و به رشد و پایداری اقتصادی کمک می‌کنند. حضور افراد کارآفرین در سطوح مدیریتی و کارکنان، تعاونی‌های کشاورزی را به سمت رشد پایدار هدایت می‌کند. همچنین، سیستم‌های پاداش با تقویت اعتماد و تعهد اعضا، مشارکت و بهبود مستمر در فعالیت‌های تعاونی را تشویق می‌کنند (رستگاری‌کوپایی

و همکاران، ۱۴۰۲، ۹۷). کشاورزی همچنان مهم ترین منبع تأمین معاش روستاییان و نقش کلیدی در تولید و اشتغال کشور دارد. چالش هایی مانند بیکاری، عدم تمایل به سرمایه گذاری و مهاجرت روستاییان به شهرها اهمیت کشاورزی را در ایجاد اشتغال و امنیت غذایی افزایش داده است. کشاورز کارآفرین با آینده نگر، خلاقیت و پذیرش ریسک، فرصت ها و تهدیدهای محیطی را شناسایی و برای تولید محصولات و خدمات نوآورانه اقدام می کند. این افراد مشکلات را هم به عنوان مخاطره و هم فرصت می بینند و برای حل آنها از دیدگاه محققین و کارشناسان بهره می گیرند (منوری فرد و همکاران، ۱۴۰۲، ۱۷۵). در حوزه های گردشگری روستایی و کشاورزی، همچنین خانه های اقامتی و کارآفرینی اجتماعی نمونه هایی از فعالیت های کارآفرینانه مشاهده شده است. مطالعات اجتماعی نشان می دهند که عوامل متعددی از جمله جنسیت، سن، تحصیلات و ادبیات کارآفرینی بر شکل گیری نگرش های کارآفرینانه تأثیرگذارند. جامعه شناسان معتقدند که تفاوت در میزان کارآفرینی به استعدادهای موجود در هر جامعه و عوامل اجتماعی-فرهنگی مانند فرهنگ، ساختار اجتماعی و شرایط تاریخی وابسته است. روانشناسان نیز رفتار کارآفرینانه را ناشی از ویژگی های ذاتی یا آموزش می دانند. فرهنگ کارآفرینی، که نمایانگر نگرش مثبت نسبت به کسب و کارهای شخصی است، حمایت اجتماعی برای رشد ابتکار در جوامع را فراهم می کند (جمینی و همکاران، ۱۴۰۲، ۶۴). مشارکت بانوان در عرصه های کارآفرینی عموماً کمتر از آقایان مشاهده می شود. هرچند، هنگامی که بانوان پا به این میدان می گذارند، غالباً از سر اجبار معیشتی عمل می کنند تا بهره مندی از فرصت های مساعد. این الگو، پرسش هایی جدی درباره دوام درآمد و ثبات زندگی روستاییان برمی انگیزد. هرچند کارآفرینی در گذشته بیشتر قلمرو مردان تلقی می گردید، اکنون بانوان برای تحقق بلندپروازی های خویش به این حوزه روی آورده اند (سلطانی و همکاران، ۱۴۰۴، ۱۲۷).

در مطالعات متعدد نقش توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی و مناطق روستایی به عنوان عامل تأثیرگذار در رشد اقتصادی، کاهش فقر و ارتقاء سطح زندگی شناخته شده است. به عنوان نمونه، جمشیدی و همکاران (۱۴۰۲) بر اهمیت اصلاح قوانین اراضی، حمایت از کسب و کارهای کوچک و متوسط و ترویج تولید محصولات با ارزش افزوده بالا تأکید کردند که این راهکارها می توانند توسعه فعالیت های کشاورزی را در کرج تسریع بخشند. صدردشتکی و فاطمی (۱۴۰۲) به موانع فردی-شخصیتی کارآفرینان اشاره کردند و بر نیاز به اجرای دوره های آموزشی مبتنی بر تقویت ویژگی های روانشناختی و مهارتی تأکید داشتند. در کنار آن، آشنا و همکاران (۱۴۰۲) نقش سیاست های مالی و سرمایه گذاری دولت در توسعه کارآفرینی را برجسته ساختند و نشان دادند که هزینه های دولت در آموزش و اعتبارات مالی، در بهبود شاخص های فعالیت های کارآفرینانه تأثیرگذار است. پژوهش های دیگری مانند رستگاری کویابی و همکاران (۱۴۰۲) نشان دادند که عوامل مدیریتی چون سبک رهبری، ساختار سازمانی و سیستم پاداش در توسعه سازمانی و کارآفرینی داخلی نقش حیاتی دارند، در حالی که منوری فرد و همکاران (۱۴۰۲) هشت عامل مرتبط با ابعاد اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و حقوقی را بر توسعه کارآفرینی جمعی در کشاورزی موثر دانستند. در مناطق مختلف، مانند سیستان، عوامل اقتصادی بیشترین تأثیر را در توسعه کارآفرینی نشان دادند، که این نشان می دهد سیاست گذاری منطقه ای باید بر تقویت عرصه های اقتصادی و محیطی تمرکز کند (سردار شهرکی و تاش، ۱۴۰۲، ۳۳). تحقیقات داخلی دیگر، نظیر محبی و عبادی (۱۴۰۱)، بر تأثیر مثبت عوامل زیست محیطی و حمایت های اجتماعی بر تولید پایدار کشاورزی شهری تأکید کردند، در حالی که قنبری و همکاران (۱۴۰۱) اهمیت عناصر نهادی و فصلی بودن فعالیت ها را در موفقیت صنایع تبدیلی در تبریز نشان دادند. همچنین، ایزدی و قنبری (۱۴۰۰) در مطالعه ای در رشتخوار، عوامل فردی و تفاوت های روستاهای مختلف در میزان اثرگذاری بر توسعه کارآفرینی را تحلیل کردند. در سطح جهانی، پن^۱ و همکاران (۲۰۲۴) نشان دادند که نوآوری و کارآفرینی روستایی در چین هنوز در مراحل اولیه است و این پدیده، اثرات مثبت و فضایی بالقوه بر توسعه استان های همسایه دارد، که نیازمند سیاست گذاری های

¹ Pan

بهبود یافته است. در پاکستان، راضا^۱ و همکاران (۲۰۲۴) بر موانع بازار، مالی و فناوری تأکید کردند، در حالی که در نیجریه، همیسو^۲ و همکاران (۲۰۲۳) کمبود سرمایه و مشکلات آموزشی را موانع اصلی کسب و کارهای کشاورزی دانستند و پیشنهاد کردند که آموزش و تسهیلات مالی نقش مهمی در توانمندسازی کارآفرینان دارند. در هند نیز، پلاوی^۳ و همکاران (۲۰۲۳) توسعه بخش کشاورزی را مستلزم مدیریت اثربخش منابع و مقابله با چالش‌های اقلیمی و نابرابری‌های جنسیتی معرفی کردند، و گوها^۴ و همکاران (۲۰۲۳) فرصت‌های فراوان کارآفرینی در این بخش را منوط به بهره‌برداری بهینه و مدیریت صحیح عناصر کشاورزی دانستند.

در جمع‌بندی تحقیقات انجام شده بالا می‌توان گفت: که کارآفرینی در بخش کشاورزی و روستاها نقش مهمی در رشد اقتصادی و بهبود شرایط زندگی دارد. سیاست‌هایی مانند اصلاح قوانین اراضی، حمایت از کسب و کارهای کوچک و آموزش مهارت‌های کارآفرینی اهمیت زیادی دارند. عوامل فردی، اقتصادی و ساختاری همگی در موفقیت کارآفرینان تأثیرگذارند. موانعی مانند کمبود سرمایه، مشکلات زیرساختی و محدودیت‌های فناوری از چالش‌های اصلی است که با حمایت‌های هدفمند قابل رفع است. علاوه بر این، ظرفیت‌های کارآفرینی در هر منطقه با توجه به شرایط خاص متفاوت است و باید برنامه‌های توسعه‌ای متناسب تدوین شود. تحقیقات جهانی نشان می‌دهد که توجه به شرایط محلی و همکاری میان بخش‌های مختلف می‌تواند روند توسعه را تسریع کند. همچنین، ایجاد فرصت‌های آموزشی و تأمین منابع مالی، به رشد پایدار کارآفرینی کمک قابل توجهی می‌کند.

۳- روش، تکنیک‌ها و قلمرو

این پژوهش با توجه به هدف از نوع تحقیق کاربردی و و از جهت داده‌ها، توصیفی-همبستگی است که با هدف تحلیل مدل‌سازی فرصت‌ها و چالش‌های توسعه کارآفرینی در بازارچه‌های شهرستان ساری با تأکید بر دیدگاه و رفتار مصرف‌کنندگان محصولات کشاورزی انجام شد. محقق قبل از تنظیم ابزار جمع‌آوری اطلاعات (مصاحبه-پرسشنامه) از مشاهده مشارکت‌آمیز به مدت دو سال بهره برده است. برای تحلیل ابعاد فرصت‌ها و چالش‌های توسعه کارآفرینی در بازارچه‌های شهرستان ساری از روش کمی استفاده شد. ابزار گردآوری داده‌ها شامل پرسشنامه محقق ساخته بر اساس تحقیقات پیشین برای سنجش نگرش مشتریان و مصرف‌کنندگان محصولات کشاورزی می‌باشد، اما قبل از تکمیل پرسشنامه و جهت درک عمیق‌تر از فرصت‌ها و چالش‌های توسعه کارآفرینی در بازارچه‌های شهرستان ساری از فروشندگان و مشتریان بازار اطلاعات مقدماتی گردآوری شد. در تجزیه و تحلیل داده‌ها با نرم افزار SPSS از آزمون‌های پیرسون، رگرسیون یک‌متغیره، رگرسیون چندمتغیره و مدل‌سازی تحلیل مسیر استفاده شد. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه مشتریان و مصرف‌کنندگان داخلی و خارجی هستند که از بازارهای ساری بازدید و خرید می‌کنند. چون دسترسی به فهرست کامل مشتریان وجود نداشت، بازار و محدوده به خوشه‌های جغرافیایی یا بخش‌های مختلف تقسیم شده است، و سپس در سه زمان اول، وسط و آخر هفته از طریق نمونه‌گیری در دسترس نمونه آماری تحقیق مشخص شده و از بازارچه‌های شهرستان ساری هر عضو از جامعه آماری انتخاب و جمع‌آوری اطلاعات صورت گرفت. برای اینکه هر عضو از جامعه آماری شانس برابر یا مشخصی برای انتخاب شدن داشته است، این باعث می‌شود نمونه، نماینده‌ای از جامعه آماری باشد. بر اساس جدول کرجسی و مورگان نمونه آماری در حد ۳۸۴ نفر می‌باشد ولی برای بالا بردن ضریب اطمینان تحقیق و به صورت

¹ Raza

² Hamisu

³ Pallavi

⁴ Guha

نمونه گیری هدمند ۵۲۵ نفر برگزیده تا مشتریانی که از بازارچه های شهرستان ساری داشته اند، انتخاب و جمع آوری اطلاعات شوند. همچنین متغیرهای تحقیق و شاخص های بدین شرح بوده است که:

الف) متغیر وابسته: توسعه کارآفرینی در بازارچه های شهرستان ساری از دیدگاه مصرف کننده: توسعه کارآفرینی در بازارچه های شهرستان ساری که با ۸ شاخص و ۱۶ پرسش (رضایت از کیفیت و تنوع محصولات کشاورزی موجود، تمایل به حمایت از تولیدکنندگان و کارآفرینان بومی، مشاهده نوآوری و بهبود مستمر در محصولات و خدمات کشاورزی، تجربه خرید آسان و دسترسی مناسب به محصولات متنوع، آگاهی و شناخت از نقش کارآفرینی در بهبود بازار و اقتصاد منطقه، ارتباط و همکاری مؤثر با کارآفرینان و تولیدکنندگان محلی، حفظ و بهبود اشتغال زایی در بخش کشاورزی از طریق توسعه کارآفرینی و استفاده و پذیرش فناوری های نوین در فرآیند تولید و عرضه محصولات کشاورزی) اندازه گیری شده است.

ب) مولفه های شش گانه متغیر مستقل (فرصت ها و چالش ها، عوامل محیطی و نهادی، نگرش و رفتار مصرف کننده):

۱) کیفیت محصولات کشاورزی: برای سنجش این مؤلفه با ۴ آیتم (تازگی و سلامت میوه و محصولات کشاورزی، رعایت استانداردهای بهداشتی، طعم و مزه مطلوب و نبود آفت و سموم مضر) از پاسخگویان جمع آوری شده است. ۲) قیمت و مقرون به صرفه بودن: برای سنجش این مؤلفه با ۴ آیتم (تناسب قیمت با کیفیت محصول، مقایسه قیمت با سایر بازارها، وجود تخفیفات و پیشنهادات ویژه و قدرت خرید مصرف کننده) از پاسخگویان جمع آوری شده است.

۳) دسترسی و توزیع محصولات: برای سنجش این مؤلفه با ۴ آیتم (سهولت دسترسی به بازارهای محلی و فروشگاه ها، تنوع محل های فروش "بازار، فروشگاه، کشاورز محلی"، زمان و هزینه حمل محصول تا دست مصرف کننده و وجود سیستم های توزیع مناسب و به موقع) از پاسخگویان جمع آوری شده است.

۴) تنوع و نوآوری در محصولات: برای سنجش این مؤلفه با ۴ آیتم (تنوع انواع میوه و محصولات کشاورزی عرضه شده، وجود محصولات فرآوری شده و بسته بندی شده، ارائه محصولات نوآورانه "ارگانیک، ارثی، محلی" و به روزرسانی محصولات با نیاز بازار) از پاسخگویان جمع آوری شده است.

۵) حمایت های نهادی و دولتی: برای سنجش این مؤلفه با ۵ آیتم (اطلاع مصرف کنندگان از طرح ها و برنامه های حمایت دولتی در زمینه کشاورزی، احساس امنیت بیشتر در خرید محصولات کشاورزی از وجود قوانین و مقررات حمایتی دولت اطلاع رسانی، برنامه های آموزشی و ترویجی توسط نهادهای دولتی و کشاورزی، دسترسی به تسهیلات مالی و اعتباری از طریق حمایت های دولتی و افزایش اعتماد مصرف کننده به اصالت و سلامت محصولات از طریق نظارت و کنترل کیفی توسط سازمان های دولتی) از پاسخگویان جمع آوری شده است.

۶) فرهنگ و نگرش مصرف کننده: برای سنجش این مؤلفه با ۴ آیتم (تمایل به خرید محصولات بومی و محلی، آگاهی از فواید محصولات کشاورزی محلی، نگرش مثبت نسبت به حمایت از کارآفرینی محلی و میزان رضایت و وفاداری به محصولات کشاورزی منطقه) از پاسخگویان جمع آوری شده است.

۴- یافته ها و تحلیل داده

فرضیه های مورد نظر با استفاده از آزمون رگرسیون یک متغیره و چندمتغیره سنجیده شدند و نتایج زیر به دست آمد. جدول ۲ رابطه ی هر کدام از متغیرهای مستقل را با متغیر وابسته نشان می دهد، با توجه به اینکه سطح سنجش متغیر وابسته (توسعه کارآفرینی در بازارچه های شهرستان ساری) و متغیر مستقل (فرصت ها و چالش ها، عوامل محیطی و نهادی، نگرش و رفتار مصرف کننده و شش مؤلفه آن: ۱) کیفیت محصولات کشاورزی ۲) قیمت و مقرون به صرفه بودن ۳)

دسترسی و توزیع محصولات (۴) تنوع و نوآوری در محصولات (۵) حمایت‌های نهادی و دولتی (۶) فرهنگ و نگرش مصرف‌کننده) فاصله‌ای است از آزمون پارامتریک پیرسون و همچنین در ادامه رگرسیون چند متغیره و تحلیل مسیر برای بررسی ۶ فرضیه تحقیق انجام گرفته است.

جدول ۱- گزارش پایایی ابزار تحقیق

مقیاس	تعداد گویه	میزان آلفای کرونباخ
کیفیت محصولات کشاورزی	۴	۰/۷۶
قیمت و مقرون به صرفه بودن	۴	۰/۷۸
دسترسی و توزیع محصولات	۴	۰/۸۹
تنوع و نوآوری در محصولات	۴	۰/۷۹
حمایت‌های نهادی و دولتی	۵	۰/۸۲
فرهنگ و نگرش مصرف‌کننده	۴	۰/۷۵
متغیر وابسته (توسعه کارآفرینی در بازارچه‌های شهرستان ساری)	۱۶	۰/۸۹

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴

برای سنجش پایایی از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده که در جدول شماره ۱ آمده است و همه مقیاس‌ها در سطح مطلوب و بالاتر از ۰/۷ قرار داشته‌اند.

جدول ۲- نتایج آزمون همبستگی پیرسون بین متغیر مستقل و مولفه‌های شش گانه‌اش با متغیر وابسته تحقیق

متغیرهای مستقل	میزان همبستگی	معناداری
فرصت‌ها و چالش‌ها، عوامل محیطی و نهادی، نگرش و رفتار مصرف‌کننده	۰/۵۸**	۰/۰۰۰
کیفیت محصولات کشاورزی	۰/۵۳**	۰/۰۰۰
قیمت و مقرون به صرفه بودن	۰/۴۹**	۰/۰۰۰
دسترسی و توزیع محصولات	۰/۲۵**	۰/۰۰۰
تنوع و نوآوری در محصولات	۰/۲۰**	۰/۰۰۰
حمایت‌های نهادی و دولتی	۰/۵۸**	۰/۰۰۰
فرهنگ و نگرش مصرف‌کننده	۰/۳۴**	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴

**همبستگی در سطح ۰۰۱ (۲ دنباله) معنی‌دار است

طبق نتایج جدول ۲ و با توجه به اینکه سطح معنی‌داری خطای آزمون در سطح اطمینان ۰/۹۵ کمتر از ۰/۰۵ است، بنابراین می‌توان گفت که فرضیه اصلی تایید می‌شود و بین فرصت‌ها و چالش‌ها، عوامل محیطی و نهادی، نگرش و رفتار مصرف‌کننده با توسعه کارآفرینی در بازارچه‌های شهرستان ساری رابطه مستقیم معناداری وجود دارد و ضریب همبستگی دو متغیر برابر ۰/۵۸ است. به عبارتی با بهبود فرصت‌ها و چالش‌ها، عوامل محیطی و نهادی، نگرش و رفتار مصرف‌کننده، کارآفرینی در بازارچه‌های شهرستان ساری توسعه یافته و تغییر رو به افزایشی را خواهد داشت. در آزمون پیرسون بین مولفه‌های شش گانه متغیر مستقل (فرصت‌ها و چالش‌ها، عوامل محیطی و نهادی، نگرش و رفتار مصرف‌کننده) دو مولفه دسترسی و توزیع محصولات و تنوع و نوآوری در محصولات رابطه مستقیم در سطح بسیار ضعیف و یک

مولفه فرهنگ و نگرش مصرف کننده رابطه مستقیم در سطح ضعیف و یک مؤلفه قیمت و مقرون به صرفه بودن رابطه مستقیم و متوسطی را با متغیر وابسته تحقیق (توسعه کارآفرینی در بازارچه های شهرستان ساری) نشان داده اند ولی دو مولفه دیگر متغیر مستقل (حمایت های نهادی و دولتی و آموزش و کیفیت محصولات کشاورزی) رابطه قوی و مستقیمی را با متغیر وابسته تحقیق داشته اند (جدول ۲).

جدول ۳- ضریب رگرسیون چند متغیره برای متغیرهای مستقل وارد شده در مدل رگرسیون

متغیرها	ضرایب غیر استاندارد	ضریب Beta	ضریب t	سطح معنی داری	
	b				Std. Error
(عدد ثابت)	۱۴/۳۹۴		۷/۱۳۵	۰/۰۰۰	
۱ حمایت های نهادی و دولتی	۰/۹۷۰	۰/۱۴۸	۶/۵۴۷	۰/۰۰۰	
۲ دسترسی و توزیع محصولات	۰/۴۹۹	۰/۰۹۱	۵/۴۷۴	۰/۰۰۰	
۳ قیمت و مقرون به صرفه بودن	۰/۶۲۸	۰/۱۶۸	۳/۷۴۴	۰/۰۰۰	
۴ کیفیت محصولات کشاورزی	۰/۶۵۹	۰/۱۸۵	۳/۵۶۸	۰/۰۰۰	

منبع: یافته های پژوهش، ۱۴۰۴

جدول شماره ۳ نتایج تحلیل رگرسیون چندمتغیره به روش (گام به گام)^۱ را برای متغیر وابسته "توسعه کارآفرینی در بازارچه های شهرستان ساری" نشان می دهد. متغیرهای مستقلی که رابطه معنی داری با متغیر وابسته داشتند وارد معادله شده که از ۶ مؤلفه متغیر مستقل مربوطه پژوهش ۴ مؤلفه شرایط ورود به معادله را لحاظ کردند. این ۴ مؤلفه متغیر مستقل توانستند ۴۲ درصد از واریانس متغیر وابسته (توسعه کارآفرینی در بازارچه های شهرستان ساری) را تبیین نمایند.

برای ترسیم نمودار تحلیل مسیر، در ابتدا یک آزمون رگرسیون چندمتغیره با مؤلفه های شش گانه متغیر مستقل (کیفیت محصولات کشاورزی، قیمت و مقرون به صرفه بودن، دسترسی و توزیع محصولات، تنوع و نوآوری در محصولات، حمایت های نهادی و دولتی و فرهنگ و نگرش مصرف کننده) با متغیر وابسته (توسعه کارآفرینی در بازارچه های شهرستان ساری) اجرا می شود. نتایج نشان دادند که از شش مؤلفه متغیر مستقل، فقط چهار مؤلفه با متغیر وابسته همبستگی مستقیم و بی واسطه داشتند: ۱. حمایت های نهادی و دولتی (با ضریب ۰.۳۳)، ۲. دسترسی و توزیع محصولات (با ضریب ۰.۱۹)، ۳. قیمت و مقرون به صرفه بودن (با ضریب ۰.۱۷)، ۴. کیفیت محصولات کشاورزی (با ضریب ۰.۱۸).

در ۶ مؤلفه متغیر مستقل فرصت ها و چالش ها، عوامل محیطی و نهادی، نگرش و رفتار مصرف کننده، چهار مؤلفه فوق در روش رگرسیون مهمتر تلقی شده و با متغیر توسعه کارآفرینی در بازارچه های شهرستان ساری همبستگی مستقیم و بدون تاثیر دیگر عوامل دیده شدند. برای دست یافتن به مدل تحلیل مسیر هر بار یکی از چهار مؤلفه (۱. حمایت های نهادی و دولتی، ۲. دسترسی و توزیع محصولات، ۳. قیمت و مقرون به صرفه بودن، ۴. کیفیت محصولات کشاورزی) را جای متغیر وابسته در آزمون رگرسیون چندمتغیره قرار داده و تاثیر دیگر عوامل روی آنها سنجیده می شود، بدین صورت تاثیرات غیرمستقیم بعد از سنجش تاثیرات مستقیم بدست آمده و بوسیله پیکان هایی نشان داده می شود که به سمت متغیر وابسته جهت دارند، و ضرایب Beta (ضریب تاثیر استاندارد) مربوطه هر کدام از متغیرها روی پیکان خودش نوشته می شود.

¹ Stepwise

جدول ۴- آماره‌های اجرای ۴ بار آزمون رگرسیون چندگانه

متغیر وابسته	مؤلفه‌های مستقل سه گانه تحقیق	R	R ²	SEE اشتباه استاندارد	R ² Adjusted	مقدار آزمون F (p-value)
توسعه کارآفرینی در بازارچه‌های شهرستان ساری	۱. حمایت‌های نهادی و دولتی، ۲. دسترسی و توزیع محصولات، ۳. قیمت و مقرون به صرفه بودن، ۴. - کیفیت محصولات کشاورزی	۰/۶۴	۰/۴۲	۹/۳۶۴	۰/۴۱	۹۲/۰۴۸ (۰/۰۰۰)
حمایت‌های نهادی و دولتی	۱. کیفیت محصولات کشاورزی، ۲. قیمت و مقرون به صرفه بودن	۰/۷۵	۰/۵۶	۲/۷۷۰	۰/۵۵	۳۲۵/۳۵۶ (۰/۰۰۰)
دسترسی و توزیع محصولات	۱. تنوع و نوآوری در محصولات	۰/۷۱	۰/۵۱	۳/۱۸۱	۰/۵۰	۵۳۶/۰۵۵ (۰/۰۰۰)
قیمت و مقرون به صرفه بودن	۱. حمایت‌های نهادی و دولتی، ۲. کیفیت محصولات کشاورزی، ۳. فرهنگ و نگرش مصرف کننده	۰/۶۶	۰/۴۴	۲/۴۲۶	۰/۴۳	۱۳۵/۶۳۲ (۰/۰۰۰)
کیفیت محصولات کشاورزی	۱. حمایت‌های نهادی و دولتی، ۲. فرهنگ و نگرش مصرف کننده، ۳. قیمت و مقرون به صرفه بودن	۰/۷۸	۰/۶۱	۲/۰۶۸	۰/۶۱	۲۷۵/۰۴۲ (۰/۰۰۰)

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴

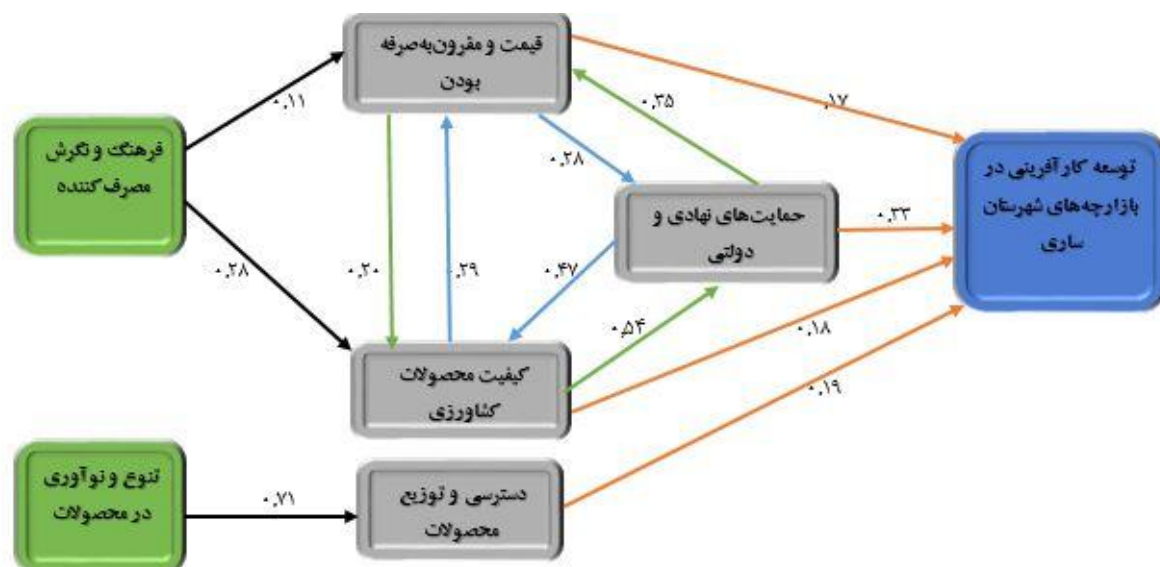
ضریب همبستگی (R) رگرسیون چند متغیره میان مؤلفه‌های متغیر مستقل (۱. حمایت‌های نهادی و دولتی، ۲. دسترسی و توزیع محصولات، ۳. قیمت و مقرون به صرفه بودن، ۴. کیفیت محصولات کشاورزی) با متغیر وابسته (توسعه کارآفرینی در بازارچه‌های شهرستان ساری) $0/64$ بدست آمد. اگر این ضریب بدست آمده را به توان دو برسانیم $R^2=0/42$ بدست می‌آید. و این طور تحلیل می‌شود که ۴۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته تحقیق بوسیله چهار مؤلفه فوق تحلیل و تبیین می‌شود. به عبارت دیگر ۵۸ درصد ($1-0/42=0/58$) از تغییرات توسعه کارآفرینی در بازارچه‌های شهرستان ساری به وسیله عواملی دیگر تعیین می‌شوند که جای تحقیق و بررسی دارد. و تبیین ۴۲ درصدی توسط این چهار مؤلفه تبیینی معقول و مناسب به نظر می‌رسد.

جدول ۵- تاثیر کل (مستقیم و غیرمستقیم) شش مؤلفه فرصت ها و چالش ها، عوامل محیطی و نهادی، نگرش و رفتار مصرف کننده بر متغیر وابسته تحقیق

مؤلفه ها	تاثیر مستقیم (بدون واسطه)	تاثیر غیرمستقیم (با واسطه)	تاثیر کل مؤلفه ها
حمایت های نهادی و دولتی	۰/۳۳	$۰/۱۷$ $۰/۳۵ \times ۰/۱۷ = ۰/۰۶$ $۰/۴۷ \times ۰/۱۸ = ۰/۰۸$ $۰/۳۵ \times ۰/۲۰ \times ۰/۱۸ = ۰/۰۱$ $۰/۴۷ \times ۰/۲۹ \times ۰/۱۷ = ۰/۰۲$	۰/۵۰
دسترسی و توزیع محصولات	۰/۱۹	-----	۰/۱۹
کیفیت محصولات کشاورزی	۰/۱۸	$۰/۲۹$ $۰/۲۹ \times ۰/۱۷ = ۰/۰۵$ $۰/۵۴ \times ۰/۳۵ \times ۰/۱۷ = ۰/۰۳$ $۰/۲۹ \times ۰/۲۸ \times ۰/۳۳ = ۰/۰۳$	۰/۴۷
قیمت و مقرون به صرفه بودن	۰/۱۷	$۰/۲۸ \times ۰/۳۳ = ۰/۰۹$ $۰/۲۰ \times ۰/۱۸ = ۰/۰۴$ $۰/۱۸$ $۰/۲۸ \times ۰/۴۷ \times ۰/۱۸ = ۰/۰۲$ $۰/۲۰ \times ۰/۵۴ \times ۰/۳۳ = ۰/۰۳$	۰/۳۵
فرهنگ و نگرش مصرف کننده	-----	$۰/۱۷$ $۰/۱۱ \times ۰/۳۵ = ۰/۰۴$ $۰/۲۸ \times ۰/۴۷ = ۰/۱۳$	۰/۱۷
تنوع و نوآوری در محصولات	-----	$۰/۱۳$ $۰/۷۱ \times ۰/۱۹ = ۰/۱۳$	۰/۱۳

منبع: یافته های پژوهش، ۱۴۰۴

جدول ۵ تاثیرات مستقیم و غیرمستقیم و همچنین تاثیر کل متغیرهای مستقل تحقیق را نشان می دهد. چگونگی محاسبه تاثیر کل بدین صورت هست که؛ میزان تاثیر مستقیم، همان Beta (بتای) ضریب استاندارد تاثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته نوشته می شود. میزان تاثیر غیرمستقیم نیز از حاصل ضرب مقادیر ضریب بردارهای مسیر از طرف متغیر مستقل تا متغیر وابسته بدست آمده و سپس نوشته می شود. تاثیر مؤلفه زیرساخت های گردشگری از ضرب تاثیر مستقیم اش بر جمع ضریب کل دسترسی به بازار و بازاریابی، کیفیت و نوآوری در تولید و تنوع و آموزش و توانمندسازی هنرمندان بدست می آید. و در نهایت تاثیر کل هر شش مؤلفه با جمع تاثیر مستقیم و تاثیر غیرمستقیم محاسبه می شود.



شکل ۱- عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی بازارچه های شهرستان ساری به همراه ضریب مسیر

۵- بحث و نتیجه گیری

در کشورهای در حال توسعه که کشاورزی نقش حیاتی در اقتصاد دارد، کارآفرینی کشاورزی به عنوان نیرویی پویا ظهور می کند که توان بالقوه پیشبرد رشد اقتصادی، توسعه روستایی و پرداختن به مسائلی مانند فقر و ناامنی غذایی را دارد. با وجود این توان بالقوه تحول آفرین، بخش کشاورزی در کشورهای در حال توسعه با چالش های متعددی روبرو است که بر رفاه جوامع آن تأثیر منفی می گذارد.

بر اساس بررسی های پیشینه این پژوهش نتیجه ای که مشخص شد اینست که فرصت ها و چالش ها، عوامل محیطی و نهادی، نگرش و رفتار مصرف کننده با مؤلفه های توسعه کارآفرینی بازارچه های شهرستان ساری اثرگذار بودند. طبق نتایج این پژوهش، متغیر مستقل تحقیق با مؤلفه های شش گانه اش توانسته اند ۴۲ درصد از واریانس متغیر وابسته تحقیق یعنی توسعه کارآفرینی بازارچه های شهرستان ساری را تبیین نمایند، که نشان دهنده اینست فرصت ها و چالش ها، عوامل محیطی و نهادی، نگرش و رفتار مصرف کننده در توسعه کارآفرینی بازارچه های شهرستان ساری به عنوان یک رکن اصلی زندگی شهری در تعاملات اجتماعی است. نتایج این تحقیق با پژوهش های جمشیدی و همکاران (۱۴۰۲)، صدردشتکی و فاطمی (۱۴۰۲)، آشنا و همکاران (۱۴۰۲)، رستگاری کوپایی و همکاران (۱۴۰۲)، منوری فرد و همکاران (۱۴۰۲)، سردار شهرکی و تاش (۱۴۰۲)، محبی و عبادی (۱۴۰۱)، قنبری و همکاران (۱۴۰۱)، ایزدی و قنبری (۱۴۰۰)، رضایی و همکاران (۱۳۹۷)، پن و همکاران (۲۰۲۴)، راضا و همکاران (۲۰۲۴)، همیسو و همکاران (۲۰۲۳)، پلاوی و همکاران (۲۰۲۳) و گوها و همکاران (۲۰۲۳) همسو بود. در مجموع این تحقیقات عواملی از قبیل: تمرکز بر توسعه ی کسب و کارهای کشاورزی، اتخاذ رویکرد تولید محصولات خاص و با ارزش افزوده بالا، عامل فردی-شخصیتی به عنوان مهمترین بازدارنده در توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه، تاثیر مثبت بر شاخص های کارآفرینی از طریق هزینه های دولت در بخش آموزش و میزان اعتبارات اعطایی به بخش خصوصی، تاثیرات بالای؛ ویژگی های مدیران، ویژگی های کارکنان، سبک رهبری تعاونی، ساختار سازمانی و سیستم پاداش، تاثیر بالای عامل اقتصادی بر توسعه کارآفرینی کشاورزی، ملزومات اجتماعی-دانشی، زیست محیطی و اقتصادی-حمایتی، مؤلفه های نهادی-اداری و فصلی بودن نوع فعالیت، عامل زیرساختی، چالش های مرتبط با بازار، ارائه یارانه ها و تسهیلات اعتباری برای توانمندسازی کارآفرینان، فناوری، برنامه ریزی مناسب و مداخلات سیاست گذاری در حوزه کشاورزی با توسعه ی کارآفرینی کشاورزی و تولید پایدار کشاورزی رابطه داشته و بر آن

تأثیر معنی داری دارند. نکته قابل توجه، نو و بدیع این تحقیق در اینست که با اجرای رگرسیون چندمتغیره دیده می شود ضرایب تأثیر استاندارد یا همان Beta که نشان از اثرگذاری تربیتی چهار مولفه متغیر مستقل است به این ترتیب می باشد:

۱. حمایت های نهادی و دولتی (۰/۳۳) ۲. دسترسی و توزیع محصولات (۰/۱۹) ۳. کیفیت محصولات کشاورزی (۰/۱۸) ۴. قیمت و مقرون به صرفه بودن (۰/۱۷).

کاملاً مشخص هست که تأثیرات با توجه به ضرایب بتای آنها رتبه بندی می شود و به نظر درست هم می باشد. در حالیکه مولفه پنجم و ششم تحقیق یعنی فرهنگ و نگرش مصرف کننده و تنوع و نوآوری در محصولات رابطه مستقیم و معناداری را با متغیر وابسته تحقیق نشان نداده اند و در رگرسیون چند متغیره در تأثیرگذاری متغیرهای مستقل خارج شده اند، ولی در آزمون تحلیل مسیر اثرات غیرمستقیم شان محاسبه شده و در جدول ۵ نشان داده شده که تأثیر قابل توجهی را بر متغیر وابسته تحقیق داشته اند. هر شش مولفه متغیر مستقل در آزمون پیرسون رابطه معناداری را با متغیر وابسته تحقیق داشته اند که در جدول ۲ دیده می شود. بنابراین هر ۷ فرضیه تحقیق تایید شده اند فرضیه اول که فرضیه اصلی تحقیق بود و ۶ فرضیه دیگر که مولفه های شش گانه متغیر مستقل بودند همه رابطه شان با متغیر وابسته تحقیق تایید شدند. اما با جمع ضرایب تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم مولفه های رتبه های اثرگذاری بر متغیر وابسته تحقیق تغییر بدیعی را نشان می دهد. ۱. مؤلفه های حمایت های نهادی و دولتی با ضریب کل ۰/۵۰ بیشترین اثر را بر متغیر توسعه کارآفرینی در بازارچه های شهرستان ساری داشته است. حمایت های نهادی و دولتی با ایجاد بسترهای قانونی، تسهیلات مالی و آموزشی، نقش کلیدی در تسریع فرآیند توسعه کارآفرینی ایفا می کنند. این حمایت ها باعث افزایش اطمینان کارآفرینان و کاهش موانع ورود به بازار می شوند. ۲. مؤلفه های کیفیت محصولات کشاورزی با ضریب کل ۰/۴۷ به رتبه دوم اثرگذاری بر متغیر وابسته تحقیق رسید. کیفیت بالای محصولات کشاورزی باعث افزایش رضایت و اعتماد مشتریان می شود و زمینه ساز ارتقاء رقابت پذیری در بازار است. این موضوع به افزایش فروش و توسعه پایدار کسب و کارهای کشاورزی کمک می کند. ۳. مؤلفه های قیمت و مقرون به صرفه بودن با ضریب کل ۰/۳۵ رتبه سوم اثرگذاری را نشان داد. قیمت مناسب و منطقی محصولات کشاورزی، موجب جذب مصرف کنندگان و افزایش حجم فروش می گردد و زمینه ساز رشد اقتصادی کارآفرینان است. این عامل، تعادل بین هزینه تولید و سوددهی را تامین می کند. ۴. مؤلفه های دسترسی و توزیع محصولات با ضریب کل ۰/۱۹ از رتبه دوم به رتبه چهارم اثرگذاری رسید. دسترسی مناسب به بازارها و شبکه های توزیع، امکان رساندن محصولات کشاورزی به مصرف کنندگان را تسهیل می کند و از انباشت محصولات جلوگیری می نماید. این عامل بهبود عرضه و تقاضا را تضمین کرده و موجب افزایش انگیزه کارآفرینان می شود. ۵. مؤلفه های فرهنگ و نگرش مصرف کننده با جمع تأثیرات غیرمستقیم اش با ضریب ۰/۱۷ رتبه پنجم اثرگذاری را بر متغیر وابسته تحقیق را کسب نمود. نگرش مثبت و فرهنگ مصرف کننده نسبت به محصولات کشاورزی داخلی، تمایل به خرید را افزایش می دهد و از رفتارهای مصرفی پایداری حمایت می کند. این مولفه امکان توسعه بازارهای جدید و حفظ مشتریان را فراهم می سازد. ۶. مؤلفه های تنوع و نوآوری در محصولات با ضریب تأثیر غیرمستقیم ۰/۱۳ به رتبه ششم اثرگذاری بر متغیر وابسته تحقیق را نشان داد. نوآوری و تنوع در تولید محصولات کشاورزی، باعث پاسخگویی به نیازهای متغیر بازار و افزایش جذابیت محصولات می شود. این عامل به کارآفرینان کمک می کند تا رقابتی تر و منعطف تر عمل کنند و فرصت های جدیدی خلق نمایند.

چارچوب نظری پژوهش حاضر مبتنی بر مدل مفهومی چندبعدی توسعه کارآفرینی کشاورزی است که تعامل پنج عامل کلیدی اقتصادی، اجتماعی، محیطی، رفتاری و ترویجی را به عنوان شالوده اصلی این توسعه می داند. در این چارچوب، عوامل اقتصادی با تمرکز بر دسترسی به تسهیلات مالی، حمایت های اعتباری و رقابت در بازار، بیشترین تأثیر را بر فرآیند کارآفرینی ایفا می کنند و به عنوان محرک اصلی رشد و پایداری کسب و کارهای کشاورزی شناخته می شوند. عوامل اجتماعی شامل نقش جوانان روستایی، آموزش های کارآفرینانه و فرهنگ اجتماع، زمینه ساز ایجاد فرصت های تازه و افزایش انگیزه کارآفرینی در جامعه کشاورزی به شمار می روند. از سوی دیگر، محدودیت ها و چالش هایی مانند کمبود زیرساخت ها،

محدودیت‌های محیطی، ضعف در دسترسی به منابع مالی و بازار، و کمبود حمایت‌های نهادی و ترویجی، به عنوان موانع جدی توسعه در نظر گرفته شده‌اند که باید در طراحی سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه‌ای به آنها توجه ویژه شود. عامل رفتاری با تأکید بر نگرش و رفتار مصرف‌کننده و همچنین نوآوری در محصولات به عنوان مؤلفه‌هایی با اثرات مستقیم و غیرمستقیم بر روند کارآفرینی، نقش واسطه‌ای مهمی در تسهیل تعاملات میان دیگر عوامل ایفا می‌کند. این چارچوب نظری چندبعدی با تلفیق ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، محیطی، رفتاری و ترویجی، نگاه جامع و همه‌جانبه‌ای به فرآیند توسعه کارآفرینی در بازارچه‌های شهرستان ساری ارائه می‌دهد و به شناسایی فرصت‌ها و چالش‌های موجود می‌پردازد. هدف نهایی آن، فراهم‌آوردن مبنایی علمی و کاربردی برای طراحی راهکارهایی است که بتواند با تقویت نقاط قوت و کاهش محدودیت‌ها، توسعه پایدار و موثر کارآفرینی کشاورزی را در این منطقه محقق سازد. این رویکرد ضمن توجه به ویژگی‌های بومی شهرستان ساری، قابلیت تعمیم و اقتباس در سایر مناطق مشابه روستایی را نیز دارد.

بر اساس نتایج تجربی این تحقیق که بیشترین تأثیر را برای توسعه کارآفرینی در بازارچه‌های شهرستان ساری به حمایت‌های نهادی و دولتی، کیفیت محصولات و قیمت مقرون‌به‌صرفه اختصاص داده و همچنین تأثیر غیرمستقیم فرهنگ مصرف‌کننده و نوآوری در محصولات را نشان داده است، راهکارهای کاربردی زیر پیشنهاد می‌شود:

(۱) تقویت حمایت‌های نهادی و دولتی: طراحی و اجرای سیاست‌های حمایتی هدفمند شامل تسهیل دسترسی به تسهیلات مالی، ایجاد بسترهای حقوقی و ارائه آموزش‌های تخصصی به کارآفرینان کشاورزی به منظور کاهش موانع و افزایش انگیزه ورود به عرصه کارآفرینی.

(۲) بهبود کیفیت محصولات کشاورزی: توسعه سامانه‌های کنترل کیفیت، ترویج کشاورزی نوین، ارائه آموزش‌های فنی به کشاورزان و کارآفرینان برای ارتقاء استانداردهای تولید و افزایش رقابت‌پذیری محصولات در بازارهای داخلی و خارجی.

(۳) تأمین قیمت مقرون‌به‌صرفه و مدیریت بازار: پایش مستمر قیمت‌ها و ایجاد مکانیزم‌های حمایتی برای حفظ تعادل بین هزینه تولید و قیمت فروش محصولات، همچنین توسعه بازارهای هدف و شبکه‌های توزیع به منظور کاهش هزینه‌های حمل و دسترسی بهتر مصرف‌کنندگان.

(۴) تسهیل دسترسی و توزیع محصولات: ایجاد و بهبود زیرساخت‌های لجستیکی، تعمیر و توسعه راه‌ها و انبارها، استفاده از فناوری‌های نوین در زنجیره تأمین به منظور کاهش هدررفت محصولات و افزایش دسترسی بازار برای کارآفرینان.

(۵) تقویت فرهنگ کارآفرینی و تغییر نگرش مصرف‌کننده: برگزاری کمپین‌های آموزشی و اطلاع‌رسانی جامعه محور با هدف ارتقای نگرش مثبت نسبت به محصولات کشاورزی داخلی و تشویق مصرف پایدار، به ویژه در میان نسل جوان و جامعه روستایی.

(۶) تشویق نوآوری و تنوع در محصولات: حمایت از فعالیت‌های تحقیق و توسعه و ترویج فرهنگ نوآوری برای ارائه محصولات متنوع و با ارزش افزوده، همچنین بهره‌گیری از فناوری‌های نوین کشاورزی جهت افزایش جذابیت و پاسخ به نیازهای بازار متغیر.

این راهکارها با اتکا به نتایج پژوهش و چارچوب نظری آن، می‌توانند به ارتقاء مستمر توسعه کارآفرینی کشاورزی در شهرستان ساری کمک کنند و با جمع‌بندی اثرات مستقیم و غیرمستقیم مؤلفه‌ها، رویکردی جامع و کاربردی برای سیاست‌گذاری‌های آینده فراهم آورند.

۶- منابع

- آشنا، ملیحه، وثوقی، سهیل، و هشیارمقدم، اسماعیل. (۱۴۰۲). نقش عوامل کلان اقتصادی بر توسعه کارآفرینی. *مطالعات زیست بوم اقتصاد نوآوری*، ۳(۴)، ۳۹-۵۳. <https://doi.org/10.22111/INNOECO.2023.44081.1041>
- ایزدی، علی، و قنبری، سیروس. (۱۴۰۰). کارآفرینی کشاورزی و توسعه مناطق روستایی (مورد مطالعه: دهستان رشتخوار). *روستا و توسعه پایدار فضا*، ۲(۱)، ۱۹-۳۸. <https://doi.org/10.22077/vssd.2021.4382.1029>
- جمشیدی، امید، سبحانی، سیدمحمدجواد، مخبردزفولی، عبدالله، و حاجی میررحیمی، سیدداوود. (۱۴۰۲). تحلیل راهبردهای توسعه‌ی کسب و کارهای بخش کشاورزی (مطالعه شهرستان کرج). *راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی*، ۱۰(۱۹)، ۹۳-۱۰۶. <https://doi.org/10.61186/jea.10.19.93>
- جمینی، داود، نظری، حمید، صیدایی، سیداسکندر، و برقی، حمید. (۱۴۰۲). بررسی تأثیر شاخص‌های کارآفرینی گردشگری بر توسعه پایدار روستایی در قلمروهای عشایری ایران (مطالعه موردی: شهرستان اردل؛ استان چهارمحال و بختیاری)، *مطالعات برنامه‌ریزی قلمرو کوچ‌نشینان*، ۳(۲)، ۶۱-۷۶. <https://doi.org/10.22034/jsnap.2023.422238.1076>
- جمینی، داود، و جمشیدی، علیرضا. (۱۴۰۰). مدل سازی عوامل مؤثر بر توسعه شاخص‌های کارآفرینی در مناطق روستایی ایران نمونه پژوهش: منطقه اورامانات، استان کرمانشاه، برنامه‌ریزی فضایی، ۱۱(۳)، ۷۳-۹۴. <https://doi.org/10.22108/sppl.2021.128388.1576>
- رستگاری کوپایی، حمید، محمدی تهری، ذکریا، شریف‌زاده، مریم، و علی‌یاری، ویدا. (۱۴۰۲). مدل توسعه اقتصادی-اجتماعی کارآفرینی روستایی در تعاونی‌های کشاورزی، احیاء بهره‌برداری و توسعه جنگل استان مازندران. *اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، ۱۲(۲)، ۸۱-۱۰۲. <https://doi.org/10.1001/1.23222131.1402.12.44.4.4>
- رسولی، سید حسن، ملانیا جلودار، شهرام، مالمیر، مریم و نوپور هولاری، فضا (۱۴۰۳) جامعه‌شناختی توسعه شهری با تأکید بر تعارض رقابت و همکاری (بررسی میدانی شهر ساری)، *فصلنامه علمی جستارهای جامعه و سیاست، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز*، ۲(۸)، ۲۰-۱. <https://sanad.iau.ir/Journal/jsp/Article/1186199>
- رسولی، سیدحسن، رحمانی، ثنا، غلامی‌پویا، محمدرضا، و امامقلی‌وند، فرزانه. (۱۴۰۴). تبیین شاخص‌های مؤثر بر گردشگری پایدار شهر ساری. *ساماندهی اقتصاد فضا*، ۷، ۸۵-۱۰۶. <https://sanad.iau.ir/Journal/jose/Article/1208574/FullText>
- رسولی، سیدحسن، متولی، صدرالدین، عاشوری، فاطمه، و یازرلو، هانیه. (۱۴۰۲). تحلیل نقش صنایع چوب و کاغذ در جنگل‌زدایی نواحی پیراشهری و توسعه شهر ساری. *اکوسیستم‌های طبیعی ایران*، ۱۴(۳)، ۵۱-۷۵. <https://sanad.iau.ir/fa/Article/983385?FullText=FullText>
- رضایی، بیژن، نجف پور، هدا، و کهریزی، دانیال. (۱۳۹۷). شناسایی موانع توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی شهرستان کرمانشاه. *اقتصاد کشاورزی و توسعه*، ۲۶(۱۰۱)، ۷۲-۵۵. <https://doi.org/10.30490/aead.2018.65199>
- سردار شهرکی، علی، و تاش، مهیم. (۱۴۰۲). اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی-کشاورزی در منطقه سیستان. *راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی*، ۱۰(۲)، ۳۱-۴۵. <https://doi.org/10.61186/jea.10.20.29>
- سلطانی، زهرا، گودرزی، مجید، و موسوی، سوسن. (۱۴۰۴). تحلیل نقش کارآفرینی زنان روستایی در توسعه پایدار کشاورزی با تأکید بر محصولات غذایی (مطالعه موردی: شهرستان رامهرمز)، *روستا و توسعه پایدار فضا*، ۶(۲)، ۱۲۳-۱۴۶. <https://doi.org/10.22077/vssd.2025.8608.1290>
- شیرزادی لسکو کلاهی، سمیه، و منظوری، سحر. (۱۳۹۸). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی با نگاهی بر بهبود کارآفرینی کشاورزی (مطالعه موردی کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته). *راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی*، ۶(۱۲)، ۱۳۹-۱۴۸. <http://dx.doi.org/10.52547/jea.6.12.139>
- صدردشتکی، سیده زهرا، و فاطمی، مهسا. (۱۴۰۲). شناخت موانع و بازدارنده‌های توسعه کسب و کارهای کشاورزی در صندوق کارآفرینی امید. *راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی*، ۱۰(۱)، ۱۱۸-۱۳۱. <https://doi.org/10.61186/jea.10.19.118>
- طهماسبی‌زاده، سیروس، حقیقی‌نسب، منیژه، و زمانی‌مقدم، افسانه. (۱۴۰۱). شناسایی و وزن‌دهی ابعاد و مؤلفه‌های اصلی کارآفرینی سازمانی در صنعت حفاری نفت و گاز. *پژوهش‌های سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی انرژی*، ۸(۱)، ۳۰-۱. <http://eppjournal.ir/article-1-1081-fa.html>



- عباسی، حمیدرضا، حسینی‌نیا، غلام‌سین، و داویری، علی. (۱۴۰۲). شناسایی و واکاوی مکانیزم‌های توسعه رفتار کارآفرینانه در سازمان‌های دولتی (مورد مطالعه: وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی). *توسعه کارآفرینی*، ۱۶(۱)، ۱۵-۳۰. <https://doi.org/10.22059/jed.2023.346522.654019>
- قنبری، علی، یادآور، حسین، و کاظمیه، فاطمه. (۱۴۰۱). مدل‌یابی موانع توسعه صنایع تبدیلی و تکمیلی کشاورزی شهرستان تبریز. *نشریه پژوهش‌های صنایع غذایی*، ۳۲(۴)، ۱۶۷-۱۸۱. <https://doi.org/10.22034/FR.2022.50007.1822>
- قنبری‌موحد، رضوان. (۱۴۰۱). واکاوی اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی در شهرستان کرمانشاه. *پژوهش‌های کارآفرینی*، ۱۱(۱)، ۶۷-۸۶. <https://doi.org/10.22034/JER.2022.698000>
- مجبی، زهرا، و عبادی، هادی. (۱۴۰۱). توسعه کارآفرینی شهر سبز: ملزومات تولید پایدار کشاورزی شهری در دانشگاه رازی کرمانشاه. *مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی*، ۹(۴)، ۱۶۷-۱۸۴. <https://doi.org/10.22069/jead.2022.20339.1612>
- مقدس‌نیکو، سیدناصر، ثنائی‌پور، هادی، سمیعی، روح‌الله، و کریمپور، عبدالحسین. (۱۴۰۰). بررسی قابلیت‌های کارآفرینانه در بین مالکان کسب‌وکارهای خانگی. *مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی*، ۹(۲)، ۷۹-۹۴. <https://doi.org/10.22069/JEAD.2022.19832.1564>
- منوری‌فرد، فیض‌الله، حسین‌پور، مهدی، مرتضایی، مهتاب، و خدایی، عطیه. (۱۴۰۲). شناسایی عوامل مؤثر بر تقویت کارآفرینی جمعی در بخش کشاورزی. *ترویج علم*، ۱۴(۲)، ۱۶۹-۱۸۸. <https://doi.org/10.22034/popsci.2023.380270.1250>
- میرزاخانی، کریم، نوابخش، مهرداد، و ادهمی، عبدالرضا. (۱۴۰۲). تبیین تأثیر بانکداری اجتماعی بر توسعه پایدار روستایی/عشایری با میانجی‌گری سرمایه اجتماعی. *برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*، ۱۴(۵۶)، ۳۸۳-۴۱۸. <https://doi.org/10.22054/qjsd.2023.71940.2451>
- وحیدی‌راد، علی‌عسکر، مهدوی، داوود، نوروزی، اصغر، و فیروزنیا، قدیر. (۱۴۰۳). تحلیل شاخص‌های بوم‌گردی با تأکید بر رویکرد کارآفرینی روستایی (مورد: روستاهای بوم‌گردی استان کهگیلویه و بویراحمد). *روستا و توسعه پایدار فضا*، ۵(۴)، ۱۵۹-۱۸۳. <https://doi.org/10.22077/vssd.2024.7873.1262>

References

- Abbasi, H., Hosseini Nia, G., & Davari, A. (2023). Identifying and investigating mechanisms for developing entrepreneurial behavior in governmental organizations (Case study: Ministry of Cooperation, Labor and Social Welfare). *Entrepreneurship Development*, 16(1), 15-30. (In Persian) <https://doi.org/10.22059/jed.2023.346522.654019>
- Ashena, M., Vosoughi, S., & Hoshyarmoghadam, E. (2023). The role of macroeconomic factors in entrepreneurship development. *Innovation Ecosystem Studies*, 3(4), 39-53. (In Persian) <https://doi.org/10.22111/INNOECO.2023.44081.1041>
- Dias, C. S. L., Rodrigues, R. G., & Ferreira, J. J. (2019a). What's new in the research on agricultural entrepreneurship? *Journal of Rural Studies*, 65, 99-115. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2018.11.003>
- Dzingirai, M. (2021). The role of entrepreneurship in reducing poverty in agricultural communities. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 15(5), 665-683. <https://doi.org/10.1108/JEC-01-2021-0016>
- Fitz-Koch, S., Nordqvist, M., Carter, S., & Hunter, E. (2018). Entrepreneurship in the agricultural sector: a literature review and future research opportunities. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 42(1), 129-166. <https://doi.org/10.1177/1042258717732958>
- Ghanbari Movahed, R. (2022). Investigating the entrepreneurship ecosystem in Kermanshah county. *Entrepreneurship Research Journal*, 1(1), 67-86. (In Persian) <https://doi.org/10.22034/JER.2022.698000>
- Ghanbari, A., Yadvaar, H., & Kazemiyeh, F. (2022). Modeling obstacles to the development of agricultural processing and complementary industries in Tabriz county. *Journal of Food Industry Research*, 32(4), 167-181. (In Persian) <https://doi.org/10.22034/FR.2022.50007.1822>
- Guha, S., Basu, D., & Priyadarsinee, S. (2023). Opportunities and challenges of entrepreneurship for agri-graduates in India. *Frontiers in Crop Improvement*, 11(3), 1940-1946. <https://www.asthafoundation.in>
- Hamisu, S., Abubakar, H. N., Garba, A. M., Chamo, Y., & Y. H. (2023). Challenges and prospects of agricultural entrepreneurs in Zuru metropolis area of Kebbi State, Nigeria. *Asian Journal of*



- Agricultural Extension, Economics & Sociology*, 41(3), 99-105. <https://doi.org/10.9734/AJAEES/2023/v41i31864>
- Izadi, A., & Ghanbari, S. (2021). Agricultural entrepreneurship and rural area development (Case study: Rashtkhar region). *Village and Sustainable Spatial Development Quarterly*, 2(1), 19-38. (In Persian) <https://doi.org/10.22077/vssd.2021.4382.1029>
- Jamini, D. and Jamshidi, A. (2021). Modeling the Factors Affecting the Development of Entrepreneurship Indicators in Rural Areas of Iran (Case study: Owramanat Region, Kermanshah Province). *Spatial Planning*, 11(3), 73-94. <https://doi.org/10.22108/sppl.2021.128388.1576>
- Jamini, D., Nazari, H., Seidiy, S. S. and Barghi, H. (2023). Investigating the impact of tourism entrepreneurship indicators on sustainable rural development in the nomadic territories of Iran (Case study of Ardel County; Chaharmahal and Bakhtiari province). *Nomadic Territory Planning Studies*, 3(2), 61-76. <https://doi.org/10.22034/jsnap.2023.422238.1076>
- Jamshidi, O., Sobhani, S. M. J., Mokherdofoli, A., & Hajimirrahimi, S. D. (2023). Analysis of development strategies for agricultural businesses (Case study: Karaj city). *Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, 10(19), 93-106. (In Persian) <https://doi.org/10.61186/jea.10.19.93>
- Kimmitt, J., Muñoz, P., & Newbery, R. (2020). Poverty and the varieties of entrepreneurship in the pursuit of prosperity. *Journal of Business Venturing*, 35(4), 105939. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2019.05.003>
- Manourifard, F., Hosseinpour, M., Mortazayi, M., & Khodai, A. (2023). Identifying effective factors to strengthen collective entrepreneurship in the agricultural sector. *Science Promotion Quarterly*, 14(2), 169-188. (In Persian) <https://doi.org/10.22034/popsci.2023.380270.1250>
- Mirzakhani, K., Navabakhsh, M., & Adhami, A. (2023). Explaining the impact of social banking on sustainable rural/tribal development with mediation of social capital. *Social Welfare Planning and Development Scientific Quarterly*, 14(56), 383-418. (In Persian) <https://doi.org/10.22054/qjsd.2023.71940.2451>
- Moghaddas Niko, S. N., Sanaipour, H., Samiei, R., & Kerpour, A. (2021). Investigating entrepreneurial capabilities among home business owners. *Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development Studies*, 9(2), 79-94. (In Persian) <https://doi.org/10.22069/JEAD.2022.19832.1564>
- Mohebbi, Z., & Ebadi, H. (2022). Development of green urban entrepreneurship: Requirements for sustainable urban agricultural production at Razi University of Kermanshah. *Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development Studies*, 9(4), 167-184. (In Persian) <https://doi.org/10.22069/jead.2022.20339.1612>
- Ollinaho, O. I., & Kroger, M. (2021). Agroforestry transitions: the good, the bad and the ugly. *Journal of Rural Studies*, 82, 210-221. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.01.016>
- Pallavi, G., Santosh, D. T., & Ashoka, N. (2023). Agricultural entrepreneurship: Exploring opportunities, challenges, and impact. *Recent Advances in Agricultural Sciences and Technology*, 609-618. <https://www.researchgate.net/publication/371789826>
- Pan, Y., Zhang, S., & Zhang, M. (2024). The impact of entrepreneurship of farmers on agriculture and rural economic growth: Innovation-driven perspective. *Innovation and Green Development*, 3(1), 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.igd.2023.100093>
- Rasouli, S. H., Mollania Jelodar, S., Malmir, M., & Nopour Houlari, F. (2024). Sociological urban development with emphasis on conflict, competition, and cooperation (Field study of Sari city). *Journal of Society and Politics Studies, Islamic Azad University, Shiraz Branch*, 2(8), 1-20. (In Persian) <https://sanad.iau.ir/Journal/jsp/Article/1186199>
- Rasouli, S. H., Motevalli, S., Ashouri, F., & Yazerloo, H. (2023). Analysis of the role of wood and paper industries in deforestation of peri-urban areas and Sari city development. *Natural Ecosystems of Iran*, 14(3), 51-75. (In Persian) <https://sanad.iau.ir/fa/Article/983385?FullText=FullText>
- Rasouli, S. H., Rahmani, S., Gholamipooya, M. R., & Emamgholivand, F. (2025). Explaining indicators affecting sustainable tourism in Sari city. *Spatial Economy Organization*, 7, 85-106. (In Persian) <https://sanad.iau.ir/Journal/jose/Article/1208574/FullText>
- Rastegari Koopaee, H., Mohammadi Tamri, Z., Sharifzadeh, M., & Aliyari, V. (2023). Socio-economic development model of rural entrepreneurship in agricultural cooperatives, revival, exploitation, and forest development of Mazandaran province. *Economy, Space and Rural Development Quarterly*, 12(2), 81-102. (In Persian) <https://doi.org/10.1001/1.23222131.1402.12.44.4.4>

- Raza, G., Jan, K., & Kazmi, S. Z. A. (2024). Agri-entrepreneurship in developing countries – a systematic review of smallholders' constraints. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*. <https://doi.org/10.1108/JADEE-06-2024-0185>
- Rezaei, B., Najafpour, H., & Kahrezi, D. (2018). Identifying green entrepreneurship development barriers in the agricultural sector of Kermanshah city. *Agricultural Economics and Development*, 26(101), 55-72. (In Persian) <https://doi.org/10.30490/aead.2018.65199>
- Sadredashtaki, S. Z., & Fatemi, M. (2023). Identifying barriers and inhibitors to agricultural business development in the Hope Entrepreneurship Fund. *Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, 10(1), 118-131. (In Persian) <https://doi.org/10.61186/jea.10.19.118>
- Sardarshahraki, A., & Tash, M. (2023). Prioritizing factors affecting rural-agricultural entrepreneurship development in Sistan region. *Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, 10(2), 31-45. (In Persian) <https://doi.org/10.61186/jea.10.20.29>
- Shirzadi Laskokalaieh, S., & Manzouri, S. (2019). Investigating factors affecting entrepreneurship development with a view to improving agricultural entrepreneurship (Case study of developing and developed countries). *Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, 6(12), 139-148. (In Persian) <http://dx.doi.org/10.52547/jea.6.12.139>
- Soltani, Z., Goodarzi, M. and Mosavi, S. (2025). Rural Women's Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development: The Case of Food Product Industries in Ramhormoz County. *Village and Space Sustainable Development*, 6(2), 123-146. <https://doi.org/10.22077/vssd.2025.8608.1290>
- Tahmasbizadeh, S., Haghighi Nasab, M., & Zamani Moghadam, A. (2022). Identifying and weighting the main dimensions and components of organizational entrepreneurship in the oil and gas drilling industry. *Energy Policy and Planning Research*, 8(1), 1-30. (In Persian) <http://epprjournal.ir/article-1-1081-fa.html>
- Thanh, P., & Duong, P. (2022). The economic burden of non-communicable diseases on households and their coping mechanisms: evidence from rural Vietnam. *World Development*, 151, 105758. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2021.105758>
- VahidiRad, A., Mahdavi, D., Norouzi, A. and Firouznia, G. (2024). Analysis of ecotourism indicators with emphasis on rural entrepreneurship approach (Case: ecotourism villages in Kohkaloieh & Boyer-Ahmad provinces). *Village and Space Sustainable Development*, 5(4), 159-183. <https://doi.org/10.22077/vssd.2024.7873.1262>

