



دانشگاه گوارز، دانشکده منابع طبیعی

نشریه کارآفرینی در کشاورزی
جلد اول، شماره سوم، پاییز ۱۳۹۳
<http://jead.gau.ac.ir>

کارآفرینی روستایی: چالش‌ها و فرصت‌ها

*سعید کریمی

استادیار دانشگاه بوعلی سینا، همدان

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱۱/۱؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۱۲/۱۸

چکیده

کارآفرینی به‌عنوان موتور رشد اقتصادی، بهره‌وری، نوآوری و اشتغال‌زایی شناخته شده است و یکی از ابعاد مهم پویایی اقتصادی محسوب می‌شود. از جمله مشکلات کشور در چند دهه اخیر، بیکاری و فقر روستاییان و مهاجرت آنان به شهرها بوده که باعث شده بسیاری از روستاهای کشور خالی از سکنه شوند. کارآفرینی می‌تواند با توجه به اثرات مثبت خود، در زمینه حل این مشکلات نقش مهمی ایفا نماید. به همین دلیل، در چند سال اخیر بحث احیا و پویاسازی مجدد نواحی روستایی از طریق ارتقا و توسعه کارآفرینی توجه زیادی را به خود جلب نموده است و در واقع بسیاری از کارگزاران توسعه روستایی به کارآفرینی به‌عنوان یک راهبرد توسعه پایدار روستایی می‌نگرند. هدف مقاله حاضر بررسی چالش‌ها و فرصت‌هایی است که کارآفرینی روستایی ممکن است با آن‌ها مواجه باشد. برای این منظور، روش مطالعه کتابخانه‌ای - اسنادی مورد استفاده قرار گرفت و یک مرور ادبیاتی گسترده در موضوعات و زمینه‌های مربوطه انجام شد. در نتیجه این پژوهش، یکسری از چالش‌ها (مانند کمبود منابع مالی، کمبود تسهیلات زیربنایی، موانع اجتماعی - فرهنگی) و فرصت‌های عمده (نظیر ارزان بودن زمین، فراهم بودن مناظر و منابع طبیعی غنی و فرهنگ و سنن محلی) مورد شناسایی قرار گرفته، چارچوبی جهت تشویق کارآفرینی روستایی مطرح شده و در پایان هم پیشنهادهایی به منظور رفع چالش‌ها و بهره‌گیری بهتر از فرصت‌ها ارائه می‌شود.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، کارآفرینی روستایی، توسعه روستایی، چالش‌ها، فرصت‌ها

*مسئول مکاتبه: skarimi@basu.ac.ir

مقدمه

در دنیای امروز، کارآفرینی و ایجاد مشاغل نوین برای ادامه حیات و پویایی اقتصاد کشورها بسیار ضروری می‌باشد (دهلسترند، ۲۰۰۷؛ سارنکتو و همکاران، ۲۰۰۹). کارآفرینی به‌خاطر این‌که منجر به افزایش کارایی اقتصادی می‌شود، نوآوری را به بازار کار و تولید می‌آورد، مشاغل جدید ایجاد می‌کند و وضعیت اشتغال را بهبود می‌بخشد، بسیار مهم می‌باشد (شین و ونکاتارامان، ۲۰۰۰). به‌خاطر همین اثرات مثبت کارآفرینی، در خلال دهه گذشته بسیاری از کشورهای در حال توسعه از جمله ایران به کارآفرینی به‌عنوان یک راه حل اساسی بالقوه برای مشکلات گوناگون پیشروی کشور از جمله نبود بهبود و کارایی در اقتصاد و افزایش نرخ بیکاری، توجه جدی مبذول داشته‌اند (کریمی و همکاران، ۲۰۱۰؛ ۲۰۱۴). برای مثال در کشور هند برای توسعه کارآفرینی، سازمان ملی کارآفرینی و توسعه کسب و کارهای کوچک ایجاد شده است. در حالی‌که در کشور مالزی وزارتخانه‌ای به‌نام وزارت توسعه کارآفرینی ایجاد شده است. سایر کشورهای آسیایی نیز برای توسعه کارآفرینی، علاوه بر کمک‌های مالی و حقوقی، به ایجاد و گسترش زمینه‌های قانونی آن پرداخته‌اند.

یکی از مشکلات اساسی کشور در چند دهه اخیر، بیکاری روستاییان و مهاجرت آنان به شهرها بوده که باعث شده بسیاری از روستاهای کشور خالی از سکنه شوند. بنا به مستندات مرکز آمار ایران، در سال ۱۳۳۵ جمعیت کل کشور حدود ۱۹ میلیون نفر بوده که از این تعداد ۱۳ میلیون نفر آن یعنی چیزی معادل ۶۸ درصد جمعیت روستانشین بودند. این نسبت تنها در ۵۵ سال بعد معکوس شده و مطابق با آخرین سرشماری عمومی نفوس و مسکن در سال ۹۰ نسبت شهرنشینان به ۷۱ درصد و روستانشینان به ۲۹ درصد رسیده است. یکی از دلایل اصلی مهاجرت روستاییان، بیکاری و نداشتن درآمد کافی می‌باشد. بنابراین، کارآفرینی می‌تواند با توجه به اثرات مثبت خود، در زمینه حل این مشکل نیز نقش مهمی ایفا نماید. به‌همین دلیل، در چند سال اخیر بحث احیا و پویاسازی مجدد نواحی روستایی از طریق ارتقا و توسعه کارآفرینی توجه زیادی را به خود جلب نموده است و در واقع بسیاری از کارگزاران توسعه روستایی به کارآفرینی به‌عنوان یک راهبرد توسعه می‌نگرند. ساکسنا (۲۰۱۲) ذکر می‌کند که توسعه روستایی حتی بیش از پیش با کارآفرینی مرتبط می‌باشد. دریگا و همکاران (۲۰۰۹) بیان می‌کنند که کارآفرینی در نواحی روستایی می‌تواند وضعیت اشتغال را بهبود دهد، خدمات محلی را تنوع بخشد و از مردم روستا به یک طریق پایدار و جامع حمایت نماید. بنابراین سیاست و خط مشی کارآفرینی در نواحی روستایی تبدیل به یک ابزار راهبردی برای رسیدن

به توسعه پایدار بلندمدت شده است. هرچند که برای تحقق این امر لازم است موانع پیش روی کارآفرینان روستایی (مانند موانع مربوط به سرمایه مالی و انسانی) با همت دولت و نهادهای مسئول برطرف شوند و با توسعه بستر مناسب در مناطق روستایی و تشویق کارآفرینان روستایی، به افزایش اشتغال، درآمد و بهبود کیفی زندگی مردم روستایی، کمک شود.

نواحی روستایی هم سایر مناطق در زمینه توسعه کارآفرینی و راه اندازی و مدیریت کسب و کارهای روستایی با فرصت‌ها و چالش‌های متعددی رو به رو می‌باشد. شناسایی و بررسی این فرصت‌ها و چالش‌ها کمک می‌کند تا درک و شناخت بهتری از واقعیت حاکم بر این نواحی به دست آید و در نتیجه سیاست‌ها و راهبردهای مناسب‌تری برای برطرف کردن چالش‌ها و بهره گرفتن از فرصت‌های موجود تدوین و به کار گرفته شود.

هدف عمده مقاله حاضر هم آن است تا بر اساس مطالعه کتابخانه‌ای-اسنادی، به بررسی چالش‌ها و فرصت‌های موجود در زمینه کارآفرینی روستایی بپردازد. برای تحقق این امر سعی شده تا از نظرات و عقاید پژوهش‌گران مختلف در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه متناسب با مباحث مطرح شده، استفاده گردد.

وضعیت کنونی روستاها و لزوم استفاده از کارآفرینی: قشر عظیمی از فقیرترین مردم دنیا در مناطق روستایی زندگی می‌کنند. مطابق آمار منتشرشده از طرف سازمان ملل تقریباً ۶۲ درصد از جمعیت کل دنیا را روستاییان تشکیل می‌دهند که در آسیا و آفریقا این نسبت گاهی به ۷۶ درصد می‌رسد. در کشور ما نیز طبق آخرین سرشماری جمعیت ایران در سال ۱۳۹۰، حدود ۲۸/۵ درصد از جمعیت کشور، در محیط روستایی زندگی می‌کنند (مرکز آمار ایران، ۲۰۱۱). بر اساس نتایج همین سرشماری، نرخ بیکاری مناطق روستایی برابر ۱۴/۷۴ درصد، و نرخ مشارکت نیروی کار ۴۰/۸۵ درصد است. جمعیت فعال روستایی در سال ۱۳۸۵ حدود ۷.۴۹۴.۰۰۰ نفر بوده، که از این تعداد ۶.۳۹۰.۳۰۰ نفر شاغل و ۱.۱۰۴.۰۰۰ نفر بیکار جویای کار هستند. علت اشتغال پایین به توسعه اندک فعالیت‌های کشاورزی در روستاها ارتباط دارد زیرا هر ساله از جمعیت شاغل در این بخش کاسته شده (متوسط کاهش سالانه ۱۴ هزارنفر) و به بخش‌های صنعت و خدمات (متوسط افزایش سالانه به ترتیب ۱۸ و ۲۷ هزار نفر) اضافه می‌شود (پوررجب، ۲۰۱۰). اضافه شدن جمعیت شاغل روستایی به جمعیت شهری موجب افزایش جمعیت شهرها و در نتیجه تشدید مشکلات شهرنشینی توسعه نیافته مانند کمبود مسکن و انواع آلودگی‌ها در دهه‌های اخیر شده است. روند خالی شدن روستاها در دهه‌های اخیر نیز تسریع

شده است به طوری که نرخ شهرنشینی در سال ۱۳۹۰ به ۷۱/۵ درصد رسیده است (مرکز آمار ایران، ۲۰۱۱).

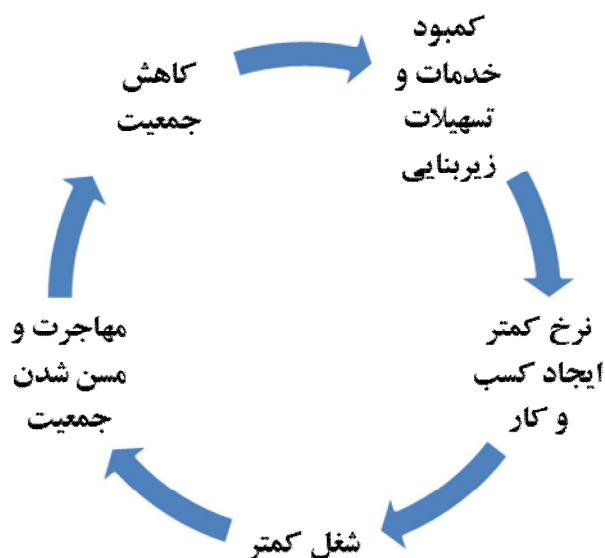
همان‌طور که ذکر شد حدود یک سوم جمعیت کشور در روستاها زندگی می‌کنند، ولیکن مناطق روستایی در مقایسه با مناطق شهری با چالش‌های مهمی از جمله فقر، بیکاری و فاصله زیاد از بازار، دسترسی کم به خدمات دولتی نظیر آموزش و بهداشت، روبرو می‌باشد. در واقع این نوع از دور باطل^۱ که در آن بیکاری و کمبود خدمات و تسهیلات منجر به مسن شدن جمعیت، مهاجرت و خالی شدن روستاها از سکنه^۲ می‌شود (شکل ۱) به وسیله محققان زیادی در کشورهای دیگر هم مورد تأیید و تأکید قرار گرفته است (برای مثال: پانیاگوا، ۲۰۱۳؛ والش و همکاران، ۲۰۱۲).

با توجه به شرایط مذکور، مساله توسعه روستایی برای دولت و نهادهای ذیربط اهمیت ویژه‌ای پیدا کرده است و در برنامه توسعه پنجم نیز بر این مقوله تأکید شده است. در ماده ۱۹۴ قانون برنامه پنجساله پنجم توسعه کشور آمده است که دولت مکلف است به منظور بهبود وضعیت روستاها و ارتقاء سطح درآمد و کیفیت زندگی روستائیان و کشاورزان و کاهش نابرابری‌های موجود بین جامعه روستایی، عشایری و جامعه شهری، از کارآفرینی روستایی حمایت نماید و سعی نماید از طریق ارائه مشوق‌های مالی و اعتباری به ساماندهی و استقرار فعالیت‌های کارآفرینی و اشتغال‌زایی کوچک و متوسط تولیدی و خدماتی در مناطق روستایی کمک نماید. و این‌جاست که کارآفرینی به‌طور اعم و کارآفرینی روستایی به‌طور اخص به‌عنوان یک عامل بهبوددهنده وضعیت فعلی مطرح می‌شود.

از این دیدگاه جامعه روستایی باید خودش را بازآفرینی^۳ کند. بعضی از محققان معتقدند که می‌توان شرایط اجتماعی و اقتصادی جوامع روستایی از طریق فعالیت‌های کارآفرینانه ارتقا بخشید (دوآرت و دینیز، ۲۰۱۱). در حقیقت، به‌نظر می‌رسد که افراد و مؤسسات مربوطه، در زمینه توسعه کسب و کارها در نواحی روستایی توافق دارند: سیاست‌مداران به آن به‌عنوان راهبردی کلیدی برای جلوگیری از تخلیه شدن مناطق روستایی می‌نگرند، کشاورزان آن را به‌عنوان ابزاری برای افزایش درآمد کشاورزی می‌بینند، زنان آن را به‌عنوان یک گزینه شغلی در نزدیکی محل زندگی خود می‌نگرند که می‌تواند برای آن‌ها استقلال و درآمد فراهم نماید و جوانان نیز به آن به‌عنوان یک فرصت شغلی در

1- Vicious cycle
2- Depopulation
3- Re-create

محل سکونت‌شان توجه می‌نمایند. برای تمام این گروه‌ها، کارآفرینی به مثابه وسیله‌ای می‌باشد که می‌تواند کیفیت زندگی افراد، خانواده‌ها و جوامع را بهبود بخشد و یک اقتصاد و محیط سالم را تقویت نماید (تیسون، پترین و راجرز، ۱۹۹۴).



شکل: چرخه زوال مناطق روستایی (منبع: سازمان همکاری اقتصادی و توسعه، ۲۰۰۶).

اما علی‌رغم اهمیت کارآفرینی روستایی و علاقه به آن از طرف گروه‌های مختلف، تحقیقات بسیار کمی در این زمینه صورت پذیرفته است. بیشتر مطالعات موجود درباره کارآفرینی و نوآوری عمدتاً بر مناطق شهری تمرکز دارند و مناطق روستایی را فراموش کرده‌اند (آکگان، ۲۰۱۰) و این کمبود در کشورهای در حال توسعه از جمله ایران بیشتر مشهود است.

توسعه روستایی: از دهه ۱۹۷۰ که توسعه روستایی به‌عنوان یک مفهوم مطرح شد، بیشتر به معنای ارتقای استاندارد زندگی مردم روستا و پیش شرط کاهش فقر روستایی مدنظر قرار گرفته شده است. اما به‌طور کلی یک تعریف قابل قبول از این مفهوم که مورد پذیرش همگان باشد، وجود ندارد. ورتمن (۱۹۹۶) بیان می‌کند که در واقع توسعه روستایی معادل صنعتی‌سازی روستایی (سامرز، ۱۹۸۶)، توسعه

اقتصادی روستایی^۱ (پولور، ۱۹۸۷)، عمران روستایی^۲ (کارترایت، ۱۹۸۷) و ارزیابی فرهنگی منابع روستایی^۳ (الکیند- ساواتسکی و کافمن، ۱۹۸۶) قلمداد شده است. سیرز و همکاران (۱۹۸۹) معتقدند "توسعه روستایی دربرگیرنده تمام شرایط و اقداماتی است که باعث افزایش رفاه مردم روستایی و بهبود جامعه آنان می‌شود".

وثوقی و ایمانی (۲۰۱۰) به نقل از اوفارل توسعه روستایی را فرایند همه جانبه و پایداری می‌دانند که در چارچوب آن، توانایی‌های اجتماعات روستایی به منظور رفع نیازهای مادی، معنوی و کنترل مؤثر بر نیروهای شکل دهنده نظام سکونت محلی (اکولوژیکی، اجتماعی، اقتصادی، و نهادی) رشد و تعالی می‌یابد.

کارآفرینی: تعریف کارآفرینی کار آسانی نیست. تعاریف بسیار زیادی درباره این مفهوم وجود دارد. برای بعضی کارآفرینی عمدتاً معنای نوآوری می‌دهد (دینیس، ۲۰۰۶) و برای بعضی دیگر معنای ریسک پذیری می‌دهد (هولی و فوجی، ۱۹۹۳). عده‌ای آن را نیروی تثبیت کننده و متعادل کننده بازار می‌دانند (پولوپنا و همکاران، ۲۰۱۳) و عده‌ای دیگر هم آن را راه اندازی و مدیریت یک کسب و کار کوچک می‌دانند (بریدن و کیث، ۲۰۰۴). از این رو کارآفرین را فردی می‌دانند که ترکیبی جدیدی از عوامل تولید نظیر روش‌های جدید تولید، تولیدات جدید، بازارهای جدید خلق می‌کند، منابع جدید عرضه را پیدا می‌کند و شکل‌های سازمانی جدیدی را ایجاد می‌نماید؛ یا کارآفرین را فردی می‌دانند که مایل به پذیرش ریسک است یا فردی است که از طریق بهره‌برداری از فرصت‌های بازار، عدم تعادل بین عرضه و تقاضا را از بین می‌برد، و یا بالاخره این که کارآفرین را فردی می‌دانند که صاحب یک کسب و کار است و آن را اداره می‌کند (تیسون و همکاران، ۱۹۹۴). هر یک از این تعاریف نقاط قوت و ضعف خود را دارند اما هیچ کدام مناسب‌ترین تعریف برای نواحی روستایی نیستند. پترین و گانون (۱۹۹۷) تعاریف مختلف کارآفرینی را ترکیب کرده و یک تعریف چندبعدی را ارائه داده‌اند و معتقدند که با توجه زمینه توسعه روستایی، این تعریف مناسب‌ترین تعریف برای کارآفرینی می‌باشد: کارآفرینی عبارت است از "نیرویی که منابع مختلف را بسیج می‌کند تا تقاضاهای برآورده نشده بازار را برآورده سازد؛ توانایی ایجاد و ساخت چیزی از هیچ می‌باشد؛ فرایند خلق ارزش از طریق ترکیب مجموعه‌ای منحصر بفرد از منابع به منظور بهره‌برداری از یک فرصت می‌باشد."

- 1- Community economic development
- 2- Community development
- 3- Cultural assessment of rural resources

کارآفرینی روستایی: همانند کارآفرینی، کارآفرینی روستایی هم برای افراد مختلف معانی متفاوت دارد. اما بدون توجه به بعد معناشناسی، تعریف ساده کارآفرینی روستایی می‌تواند این باشد: "کارآفرینی در نواحی روستایی".

اما اگر قصد ارائه تعریف کامل‌تری داشته باشیم کارآفرینی روستایی عبارت است از تلاش برای خلق ارزش از طریق شناسایی فرصت کسب و کار، مدیریت خطرپذیری متناسب با آن فرصت، و بسیج کردن منابع انسانی، مادی و مالی لازم برای ایجاد کسب و کار در نواحی روستایی (ساکسنا، ۲۰۱۲). مطابق با تعریف ورتمن (۱۹۹۰) کارآفرینی روستایی عبارت است از "ایجاد سازمانی جدید که تولیدات جدیدی ارائه کند یا بازار جدیدی به‌وجود آورد، یا یک فناوری نوینی را در محیط روستایی به‌کار گیرد". همان‌گونه که ملاحظه می‌شود کارآفرینی شهری و روستایی از لحاظ مفهوم و فرایند تفاوت چندانی با هم ندارند. مثلاً نوآوری جزء لاینفک هر دو نوع کارآفرینی می‌باشد. شاید بتوان گفت که این دو نوع کارآفرینی بیشتر در شیوه اجرا و محیط فعالیت با هم اختلاف دارند. در محیط روستایی چالش‌ها و فرصت‌های ویژه‌ای وجود دارند که در نهایت بازده تلاش‌های کارآفرینانه فرد را تحت تأثیر قرار می‌دهند. اما روستا ضرورتاً مانعی برای کارآفرینی محسوب نمی‌شود. جوامع روستایی در واقع یکسری مزیت‌های خاص هم برای کارآفرینی دارند. آن‌ها می‌توانند محصولاتی را تولید کنند که به نوعی بازگو کننده طبیعت و فرهنگ روستایی باشند. همان‌طور که مک‌الوی و آرتون (۲۰۱۱) بیان می‌کنند کارآفرینان روستایی برای کسب مزیت رقابتی بیشتر، باید بر بازار و ویژگی‌های جغرافیایی محلی تمرکز کنند. گلدوین و همکارانش (۱۹۸۹) دریافتند که کارآفرینان روستایی بیشتر مشتری-محور هستند زیرا به جمعیت کمتری دسترسی دارند و بنابراین سعی می‌کنند تا مشتریان خود را از طریق ارائه تولیدات باکیفیت‌تر، راضی نگه‌دارند. اگرچه کارآفرینان روستایی هم مانند کارآفرینان شهری در زمینه‌های گوناگون صنعتی فعالیت می‌کنند اما فعالیت‌های مربوط به گردشگری، تولید و فراوری مواد غذایی، عمده فعالیت‌های کارآفرینان روستایی را تشکیل می‌دهند.

چالش‌های کارآفرینی روستایی: با توجه به مطالعات انجام شده در کشورهای مختلف از جمله ایران، کارآفرینی روستایی با چالش‌های متعددی روبرو می‌باشد که به بعضی از آن‌ها در زیر اشاره می‌شود (جمشیدی و همکاران، ۲۰۱۳؛ شریف‌زاده و همکاران، ۲۰۱۱؛ علیدوست و لشگرآرا، ۲۰۱۳؛ دابسون،

۲۰۰۱؛ ساکسنا، ۲۰۱۲؛ هوی، ۱۹۹۶؛ هندرسون، ۲۰۰۲؛ فرش‌واتر، ۲۰۰۰؛ فورچناتو، ۲۰۱۴؛ اسمالبون، ۲۰۰۲، ۲۰۰۹):

منابع انسانی: دسترسی به نیروی کار ماهر که حاضر به کار کردن در مناطق روستایی باشند، یکی از موانع کسب و کارهای روستایی می‌باشد. سطح پایین آموزش به علاوه سطح پایین دانش و مهارت‌های فنی چالش مهم دیگری در اکثر نواحی روستایی است. کمبود دانش فناوری اطلاعات همچنین در نواحی روستایی رایج است. به‌علاوه، محیط خانواده، جامعه و نظام حمایتی هم مناسب توسعه کارآفرینی روستایی نیست و باعث تشویق مردم روستایی برای انتخاب کارآفرینی به‌عنوان یک حرفه نمی‌شود.

ممکن است این مساله عمدتاً به‌خاطر عدم آگاهی و دانش از فرصت‌های کارآفرینانه باشد. در هر حال، افراد جوان و تحصیلکرده غالباً روستاها را ترک می‌کنند و به امید آینده بهتر، درآمد بیشتر و زندگی راحت‌تر رهسپار شهرهای بزرگ می‌شوند و این پدیده "فرار مغزها" باعث ایجاد عدم تناسب و تطابق بین مشاغل موجود و مهارت‌های نیروی کار باقی‌مانده در روستاها می‌شود. نتایج پژوهش‌ها بیانگر آن است که افراد بدون سواد یا کم سواد که خود-اشتغال هستند، در مقایسه با کارآفرینان تحصیلکرده مشاغل خیلی کمتری را ایجاد می‌نمایند (دابسون و همکاران، ۲۰۰۳). همچنین تحقیقات در آمریکا نشان داده است مناطق روستایی که دارای جمعیت تحصیلکرده بوده‌اند، درآمد بیشتر و بازده با ارزش افزوده بالاتری نسبت به مناطق با سطح آموزش پایین‌تر داشته‌اند (هندرسون و همکاران، ۲۰۰۷). بنابراین کمبود نیروی تحصیلکرده محلی می‌تواند به‌عنوان مانعی مهم، توسعه و ارتقای کارآفرینی روستایی را با چالش روبه‌رو نماید.

کاهش جمعیت و بازار محلی کوچک: کاهش جمعیت در نواحی روستایی، مشکلات متعددی نظیر کمبود نیروی کار و کاهش سطح خدمات را به‌وجود می‌آورد. تراکم پایین جمعیت، تقاضای محلی را محدود می‌سازد و این عامل باعث می‌شود که کسب و کارهای روستایی نتوانند به آسانی به صرفه‌جویی‌های ناشی از مقیاس تولید انبوه^۲ دست پیدا کنند (دابسون، ۲۰۰۱). نتیجتاً قیمت کالاها بالا می‌رود و تقاضا برای خدمات کاهش می‌یابد. از طرف دیگر قدرت خرید مردم روستایی هم نسبتاً

1- Brain drain

۲- Economies of scale: صرفه‌جویی‌هایی است که در نتیجه بزرگ‌تر شدن ابعاد تولید حاصل می‌شود و عمدتاً ناشی از سرشکن شدن هزینه‌های سربار (Overhead Costs) روی تولید بیشتر است.

پایین است. همچنین نوسان شدید قیمت نهاده‌ها و محصولات و شفاف و قابل پیش‌بینی نبودن بازار هم مشکلات کارآفرینان را در این عرصه دوچندان می‌کند (شریف‌زاده و همکاران، ۲۰۱۱). بنابراین، عدم دسترسی به بازار مناسب و قابل اطمینان جهت عرضه محصولات، باعث می‌شود تا کارآفرینان فعال نتوانند آن‌گونه که باید و شاید به فعالیت خود ادامه دهند و کارآفرینان بالقوه هم ریسک ایجاد چنین کسب و کاری را متقبل نشوند.

دور بودن نواحی روستایی: دور بودن و پراکنده بودن روستاها باعث محدودیت دسترسی به منابع انسانی و اطلاعاتی، بازارهای بزرگ برای خرید و فروش نهاده‌ها و تولیدات و مؤسسات حمایت‌کننده کسب و کارهای کوچک می‌شود. دوری و نزدیکی به مراکز شهرها هزینه نهاده‌ها و بازده‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد و نشر اطلاعات و فناوری‌های نوین را هم متأثر می‌سازد (ستاوپولو و همکاران، ۲۰۰۴). همچنین مواردی نظیر جابه‌جایی و رفت و آمد نیروی کار (به‌خاطر کمبود نیروی کار مجرب در نواحی روستایی)، چالش‌آفرین و هزینه‌بر هستند. دور بودن نواحی روستایی همچنین می‌تواند بر ابعاد مختلف نوآوری کسب و کار و متعاقباً بر رشد کسب و کارهای روستایی و ایجاد اشتغال تأثیر بگذارد (نورث و اسمالبون، ۲۰۰۰). بنابراین دور بودن نواحی روستایی می‌تواند از جهات مختلف به‌ویژه از لحاظ اقتصادی، کارآفرینی روستایی را با مشکل مواجه نماید.

منابع مالی: عدم دسترسی به منابع مالی مشکل دیگری است که اکثر کارآفرینان روستایی در کشورهای در حال توسعه از جمله ایران با آن روبرو هستند (شریف‌زاده و همکاران، ۲۰۱۱؛ جمشیدی و همکاران، ۲۰۱۳؛ علیدوست و لشگرآرا، ۲۰۱۳). اکثر کارآفرینان روستایی فاقد پشتوانه مالی و پس‌انداز کافی هستند، بنابراین برای راه‌اندازی و توسعه کسب و کارهای خود نیاز به دریافت وام و حمایت‌های مالی از دولت و یا مؤسسات مالی مربوطه هستند. در بسیاری از جوامع روستایی، این‌گونه مؤسسات بسیار کم است و یا اصلاً وجود ندارند. در صورت وجود چنین مؤسساتی، شرایط کسب اعتبارات بسیار دشوار (نظیر تامین وثیقه و ضامن معتبر) می‌باشد و همچنین بهره‌وام‌های پرداختی هم بسیار بالا می‌باشد. از طرف دیگر، روال وام گرفتن هم بسیار هزینه‌بر، زمان‌بر و بعضاً پیچیده است به طوری‌که باعث ناامیدی اکثر کارآفرینان روستایی می‌شود و یا کار آن‌ها را به تأخیر می‌اندازد (شریف‌زاده و همکاران، ۲۰۱۱). به‌خاطر همین کمبود منابع مالی یا حمایت بیرونی، به‌نظر می‌رسد که کارآفرینان روستایی دارای ظرفیت ریسک‌پذیری کمتری هستند و توان رقابت در بازار را ندارند. از طرف دیگر،

کمیود منابع مالی باعث می‌شود که کارآفرینان بالقوه هم انگیزه و توان ورود به این عرصه را نداشته باشند. بنابراین محدودیت منابع مالی از جهات مختلف می‌تواند توسعه کارآفرینی روستایی را به چالش بکشاند.

رقابت پذیری: کسب و کارهای کوچک نسبت به ورود کسب و کارهای بزرگ به بازار آسیب‌پذیر هستند. به‌علت این‌که کسب و کارهای جدید پشتیبانی مالی کمتری دارند، سازمان‌های بزرگ و کارآفرینان شهری برای آنها یک مشکل بزرگ محسوب می‌شوند و رقابت کردن با آنها برای‌شان مشکل است. دلالتان هم رقیب محسوب می‌شوند، چرا که آنها کارآفرینان روستایی را مورد استثمار قرار می‌دهند و در اصل بیشترین سود حاصل از کسب و کارهای کشاورزی و روستایی نصیب آنها می‌شود. وابستگی کارآفرینان روستایی به دلالتان نسبتاً زیاد است. آنها برای بازاریابی تولیداتشان، تأمین نهاده‌های موردنیاز و یا تأمین منابع مالی به‌این واسطه‌ها نیاز دارند (ساکسنا، ۲۰۱۲). حاکمیت واسطه‌گران و دلالتان بر بازار یکی از موانع عمده توسعه کسب و کارهای روستایی و کشاورزی در ایران نیز می‌باشد (شریف‌زاده و همکاران، ۲۰۱۱). بنابراین محدودیت توان رقابت‌پذیری مشکل دیگری است که کسب و کارهای روستایی با آن مواجه هستند.

زیرساخت ارتباطات و حمل و نقل: دوردستی نواحی روستایی برای کسب و کارهای کوچک چالش حمل و نقل را به‌وجود می‌آورد. بین نواحی روستایی و شهری فاصله زیادی وجود دارد که بعضی مواقع موانعی را ایجاد می‌کند. نبود حمایت دولتی همراه با نبود تسهیلات زیربنایی توسعه کارآفرینی روستایی و کسب و کارهای جدید در این نواحی را سخت‌تر می‌کند. نبود زیرساخت حمل و نقل نظیر بزرگراه‌های مناسب، حمل و نقل کالاها و ارتباط با بازارهای بزرگ بیرونی را مشکل می‌سازد. این ارتباطات محدود با دنیای بیرون، انتقال دانش و فناوری بین نواحی روستایی و شرکای اقتصادی‌شان را نیز محدود می‌سازد (ساکسنا، ۲۰۱۲). از طرف دیگر، نامناسب بودن زیرساخت‌های حمل و نقل باعث افزایش هزینه‌ها (برای مثال هزینه حمل و نقل، هزینه ارتباطات و دیگر هزینه‌های مبادلاتی) می‌شود و افزایش هزینه هم مانع توسعه کارآفرینی می‌گردد.

قوانین و مقررات: به‌طور کلی، قوانین و مقررات دولتی در ایران مشوق راه‌اندازی و توسعه کسب و کار، به‌ویژه در نواحی روستایی نیستند. بسیاری از قوانین موجود نظیر قوانین و مقررات بانکی، قوانین

مالیاتی، قانون کار، قوانین و مقررات صادرات و واردات، قانون و مقررات ورشکستگی و قوانین ثبت شرکت‌ها، آنچنان که باید و شاید مشوق کارآفرینی نیستند.

موانع اجتماعی - فرهنگی: جامعه به‌طور کلی نسبت به کارآفرینی و داشتن شغل آزاد در مقایسه با مشاغل دولتی و یا کارمند بودن، نگرش منفی دارد. داشتن یک کسب و کار شخصی دارای جایگاه و موقعیت اجتماعی بالایی نیست و به‌همین دلیل گزینه شغلی اول بسیاری از افراد مشاغل دولتی می‌باشد. نتایج مطالعات مختلف هم حاکی از آن است که یکی از عمده‌ترین موانع توسعه کسب و کار روستایی در ایران، محدودیت‌ها و موانع اجتماعی - فرهنگی می‌باشد و این محدودیت به‌ویژه برای زنان کارآفرین شدیدتر و حادثر است (جمشیدی و همکاران، ۲۰۱۳؛ علیدوست و لشگرآرا، ۲۰۱۳). این‌گونه موانع در نواحی دورافتاده و جوامع بسته چالش‌برانگیزتر هستند.

فرصت‌های کارآفرینی روستایی: علی‌رغم چالش‌های مذکور، نواحی روستایی مزایای متعددی برای تأسیس انواع کسب و کارها فراهم می‌کنند. به‌علاوه، مزیت‌های متنوع و مختلف نواحی روستایی می‌تواند گروه‌های مختلفی از افراد کارآفرین را به دلایل مختلف جذب نماید. ولیکن در مطالعات کارآفرینی به این مزایا و فرصت‌ها کمتر توجه شده‌است.

مزایای زیرساختی: اگرچه ممکن است دورافتادگی و انزوای نواحی روستایی مشکلاتی را از لحاظ حمل و نقل ایجاد کند، اما از طرف دیگر استفاده کارآمد از فناوری‌ها، گزیدارهایی را به کارآفرینان ارائه می‌دهد که می‌توانند به آسانی بر این موانع غلبه کنند. دسترسی به ارتباطات از راه دور یکی از بزرگ‌ترین مزایای نواحی روستایی است که به کارآفرینان اجازه می‌دهد کسب و کار خود را از راه دور مدیریت نماید.

فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات: فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات (ICTs) می‌توانند فرصت‌های بی‌ظیری را برای کسب و کارهای کوچک در مناطق روستایی فراهم نمایند. با کمک این فناوری‌ها، اطلاعات به راحتی در دسترس است، مرزهای بازار قابل گسترش است، به تعاون و همکاری کمک می‌کنند، و با کمک آن‌ها منابع خیلی راحت‌تر در دسترس قرار می‌گیرند.

استفاده از فرصت‌های فراهم شده توسط ICTs به‌طور تدریجی مرزهای بازارهای محلی را از بین خواهد برد و ظرفیت یادگیری نواحی روستایی را از طریق بهبود دسترسی به اطلاعات مناسب بهبود

خواهد بخشید (استائوپولو و همکاران، ۲۰۰۴). ICTs همچنین می‌توانند نقش مهمی در ایجاد رقابت بین کارآفرینان روستایی و شهری ایفا نمایند.

منابع و مناظر طبیعی و کیفیت زندگی: منابع و مناظر طبیعی غنی می‌توانند فرصت‌های اقتصادی جدید را هم برای صنعت و هم تفریح و سرگرمی^۱ فراهم آورند. محیط خوشایند و مطبوع، منجر به رضایت کاری بیشتر، زندگی سالم‌تر و محیط اداری اخلاقی‌تر می‌شود (تنسن، ۱۹۹۴). همین خوشایندی محیط ممکن است باعث شود که یک کارآفرین اقدام به راه‌اندازی یک کسب و کار در روستا نماید در حالی که ممکن است از دیدگاه اقتصادی، این یک تصمیم و انتخاب عاقلانه نباشد (جانسون و راسکر، ۱۹۹۵). دابسون (۲۰۰۱) معتقد است که نواحی روستایی با زیبایی بکر و طبیعی خود، کارآفرینان را وسوسه می‌کنند تا از محیط‌های شهری و پراسترس به جو آرام و بدون استرس روستایی نقل مکان کنند.

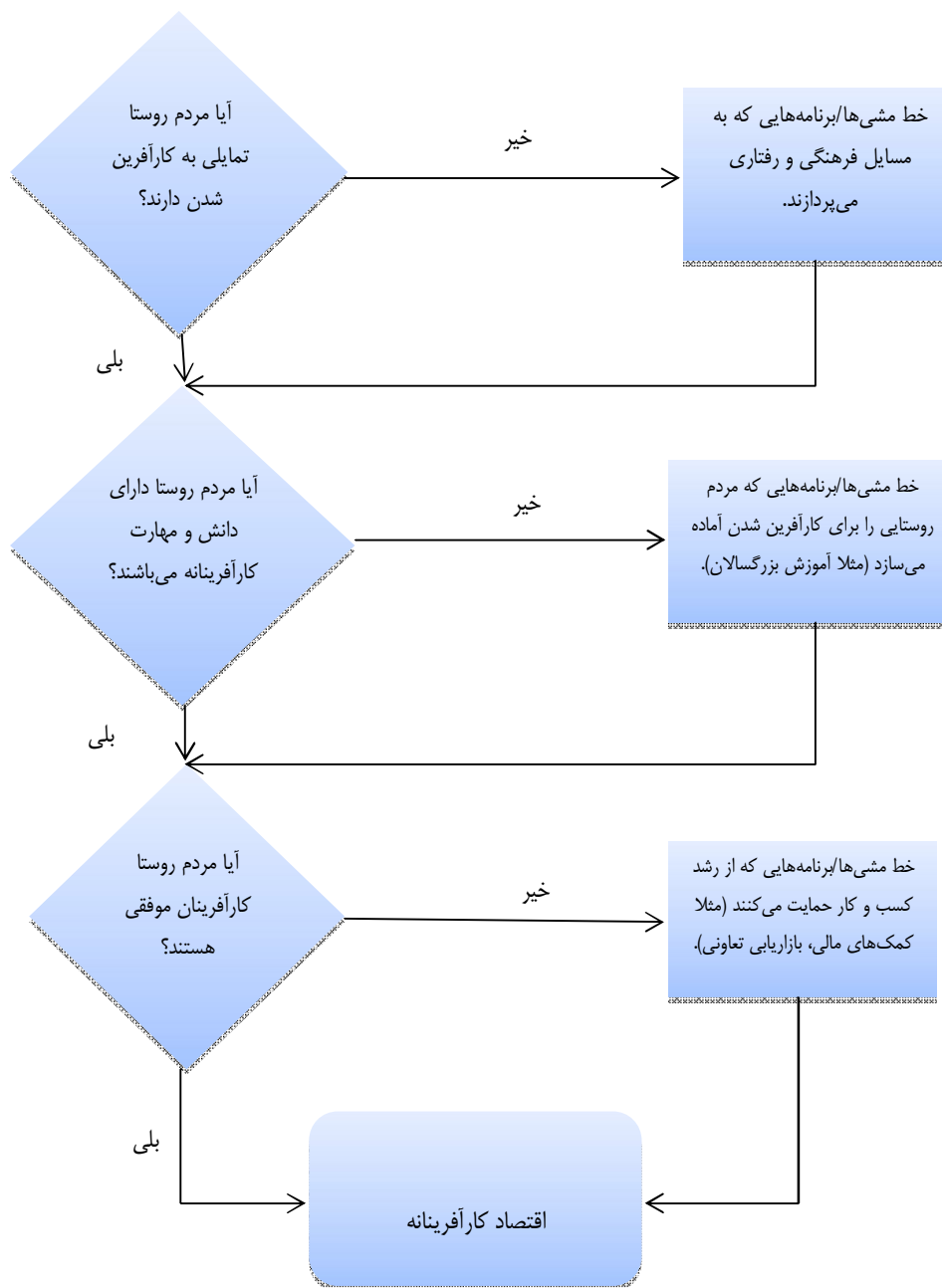
ارزان بودن زمین و هزینه‌های اولیه ساختمان: هزینه‌های مربوط به زمین و ساختمان در نواحی روستایی و شهرهای کوچک‌تر بسیار ارزان‌تر از شهرهای بزرگ می‌باشد. به همین دلیل، شرکت‌ها می‌توانند سود بیشتری ببرند، منفعت بیشتری از سرمایه‌گذاری خود کسب نمایند و شانس بهتری برای موفقیت داشته باشند. رقابت کمتر، نیروی کار ارزان‌تر، و قوانین و مقررات کمتر برای ساخت و ساز، این نواحی را برای کارآفرینان جذاب‌تر می‌سازد.

فرهنگ و سنن محلی: کارآفرینان روستایی می‌توانند از ویژگی‌های منحصر به فرد محلی جهت متمایز کردن و بازاریابی محصولات/خدمات خود بهره ببرند (مثلاً تولید کالاهای ویژه یا محصولات ارگانیک سالم). فرهنگ و سنن می‌توانند نقش واقعا مهمی در توسعه نواحی روستایی ایفا کنند. بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند که "اقتصاد فرهنگ" نیروی سودمند توسعه برای نواحی روستایی می‌باشد (نیفسی، ایلبری و جنکنیس، ۲۰۰۱).

شبکه‌های کسب و کار: به‌خاطر روابط نزدیک بین ساکنین نواحی روستایی، محققان معتقدند که در این نواحی شبکه‌بندی کسب و کار آسان‌تر و کارآتر می‌باشد. کسب و کارها براساس اعتماد با هم کار می‌کنند. یونگ (۲۰۱۰) بیان می‌کند که شبکه‌های محلی برای توسعه شرکت‌های روستایی حیاتی هستند. این شبکه‌ها می‌توانند با همدیگر به بازارهای بزرگ‌تر دسترسی پیدا کنند، انعطاف‌پذیری و

تاب‌آوری^۱ خود را افزایش دهند و توانایی خود را برای پذیرش ریسک بیشتر بهبود دهند. حتی کسب و کارهای روستایی که جهت‌گیری بین‌المللی دارند به مقدار زیادی به شبکه‌های محلی وابسته هستند. به‌علاوه روابط دوستی و خانوادگی می‌تواند یک جو حمایتی درون شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی روستایی فراهم آورد.

چارچوبی برای تشویق کارآفرینی روستایی: مدل مفهومی نشان داده شده در شکل (۲) بعضی از موانع موجود بر سر راه کارآفرینی روستایی و همچنین خط‌مشی‌ها و برنامه‌هایی را نشان می‌دهد که می‌توان از آنها برای ارزیابی برنامه‌ها و سازمان‌های مربوط به کارآفرینی روستایی، استفاده نمود. این چارچوب توسط جای کاین در بنیاد کارآفرینی کافمن طراحی شده است (۲۰۰۰). چارچوب مذکور حول محور سه سوال پایه درباره ارزیابی ویژگی‌های کارآفرینانه نواحی روستایی تشکیل می‌شود: گرایش به کارآفرینی، دانش و مهارت‌های لازم برای کارآفرینی و موفقیت در کارآفرینی. این چارچوب اساساً طرحی گام به گام برای تضمین یک فرایند کارآفرینانه اثربخش فراهم می‌آورد. تحلیل فرهنگ کارآفرینی نخستین گام در این فرایند است. بین فرهنگ مردم و تمایل آن‌ها برای کارآفرین شدن رابطه وجود دارد. بعضی از فرهنگ‌ها از رفتار کارآفرینانه بیشتر حمایت می‌کنند. فرهنگی که از کسب و کار کارآفرینانه حمایت نمی‌کند، رشد اقتصادی را کاهش خواهد داد. طبق این دیدگاه، عواملی که به عرضه کارآفرینان کمک می‌کنند عبارتند از سنت کارآفرینانه، موقعیت خانواده، وضعیت اجتماعی و سطح آموزش. تحقیقات نشان داده که فردی که از خانواده‌ای کارآفرین می‌باشد، احتمال این‌که کارآفرین شود بسیار بیشتر از سایر افراد است (کریمی و همکاران، ۲۰۱۴). بنابراین درک شناخت وضعیت اجتماعی و فرهنگی مناطق روستایی، می‌تواند نقطه شروع مناسبی برای ایجاد یک اقتصاد و جامعه کارآفرینانه‌تر باشد. دومین گام برای تشویق کارآفرینی روستایی عبارت است از بررسی این‌که آیا کارآفرینان فعلی، آموزش و مهارت کافی برای انجام و ادامه دادن عملیات‌های جاری و آتی کسب و کار خود را دارند. آخرین گام از این فرایند عبارت است از تعیین این‌که کارآفرینان روستایی در محیط کسب و کار فعلی خود چقدر موفق هستند. اگر کارآفرینان در حال شکست خوردن هستند اما با موانع آموزشی و فرهنگی روبرو نیستند، پس راهبرد مناسب استفاده از خط‌مشی‌های حمایتی است که جو کلی کسب و کار در منطقه را تحت تأثیر قرار می‌دهند.



شکل ۲: چارچوبی برای تشویق کارآفرینی روستایی.

نتيجه گيري و پيشنهادها

امروزه کارآفريني به عنوان راهبردي اثربخش براي توسعه اقتصادي - اجتماعي کشورها شناخته شده است و توسعه آن مي تواند نقش مهمي در اشتغالزايي پايدار، توسعه عدالت، کاهش فقر و حل مشکلات جامعه روستايي داشته باشد. کارآفريني با بهبود وضعيت اشتغال، درآمد و بهره وري در جوامع روستايي، مي تواند از مهاجرت بي رويه روستاييان جلوگیری کرده و حتي منجر به رشد پديده "مهاجرت معکوس" شود. اما توسعه کارآفريني به ویژه کارآفريني روستايي در همه کشورها از جمله ايران با موانع و چالش هاي جدي مواجه مي باشد، اما از طرف ديگر، کارآفريني روستايي فرصت هاي بي بديلي را نيز براي کارآفرينان فراهم مي سازد. براي رفع چالش ها و بهره برداري مؤثر از فرصت هاي موجود، بايستي همه ارگان ها، سازمان ها، نهادهاي دولتي و خصوصي به توسعه کارآفريني روستايي توجه جدي نمايند. به عبارت ديگر، اين مقوله نيازمند عزم ملي مي باشد. مسلما نقش و سهم دولت در اين فرآيند، بسيار پررنگ است. با توجه به چالش هاي مذکور در اين مقاله و ساير مطالعات انجام شده در اين زمينه، راهبردهاي زير براي توسعه کارآفريني روستايي پيشنهاد مي شود:

- ايجاد بانک ها و مؤسسات مالي (مثل تأسيس بانک روستا) که منابع مالي مورد نياز کارآفرينان روستايي را با سهولت و سرعت بيشتر و با بهره کم و حداقل وثيقه در اختيار آنان قرار دهند.
- آموزش و کارآموزي اساس توسعه کارآفريني مي باشند. ايجاد و توسعه مراکز مشاوره و آموزش کارآفريني روستايي و برگزاري دوره هاي کارآموزي کارآفريني براي فارغ التحصيلان، جوانان و دانش آموزان روستايي مي تواند کمک شاياني به بهبود مهارت ها و شايستگي هاي کارآفرينانه اين افراد نمايد.
- ايجاد و گسترش تعاوني هاي روستايي و تشکلهای محلي مي تواند نقش به سزايي در ارتقاي سطح فعاليت هاي کارآفريني و اقتصاد روستايي داشته باشد. تعاوني ها مي توانند نهاده هاي مورد نياز کسب و کارهاي روستايي را با قيمتي مناسب فراهم نمايند. اين تعاوني ها همچنين مي توانند در زمينه بسته بندي و فراوري محصولات، بازاریابي، حذف واسطه ها، و فروش محصولات و توليدات روستاييان با قيمتي معقول، مفيد و مؤثر باشند.
- تبليغ و ترويج فرهنگ کارآفريني در جامعه مي تواند در حل موانع فرهنگي و اجتماعي بسيار مؤثر باشد. رسانه هاي عمومي مي توانند نقش مهمي در اين زمينه ايفا نمايند.
- و بالاخره تدوين و تصويب قوانين حمايت از کسب و کارهاي روستايي نيز مي تواند به ارتقاي اين بخش کمک شاياني نمايد.

منابع

1. Akgün, A.A., Nijkamp, P., Baycan, T., and Brons, M. 2010. Embeddedness of Entrepreneurs in Rural Areas: A Comparative Rough Set Data Analysis. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 101(5): 538-553.
2. Alidoust, S., and Lashgar Ara, F. 2013. The obstacles of entrepreneurship development of rural women. *Journal of Agricultural Extension and Education Research*, 6(1): 7-16. (In Persian)
3. Bryden, J.M., and Keith, H. 2004. A new approach to rural development in Europe: Germany, Greece, Scotland and Sweden. New York: Mellen Press.
4. Dabson, B. 2001. Supporting rural entrepreneurship. Kansas City, MO: Federal Reserve Bank of Kansas City, Rural Development Paper Series.
5. Dabson, B., Malkin, J., Mathews, A., Pate, K., and Stickle, S. 2003. Mapping rural entrepreneurship. Battle Creek, MI: W.K. Kellogg Foundation, and Washington, DC: CFED.
6. Dahlstrand, A.L. 2007. Technology-based entrepreneurship and regional development: The case of Sweden. *European Business Review*, 19(5): 373-86.
7. Dinis, A. 2006. Marketing and innovation: Useful tools for competitiveness in rural and peripheral areas. *European Planning Studies*, 14(1): 9-22.
8. Driga, O., Lafuente, E., and Vaillant, Y. 2009. Reasons behind the Relatively Lower Entrepreneurial Activity Levels of Rural Women: looking into rural Spain. *Sociologia Ruralis*, 49(1): 70-96.
9. Duarte, N., and Diniz, F. 2011. The role of firms and entrepreneurship on local development. *Romanian Journal of Regional Science*, 5(1): 54-69.
10. Fortunato, M.W.P. 2014. Supporting rural entrepreneurship: a review of conceptual developments from research to practice. *Community Development*, 45(4): 387-408.
11. Freshwater, D. 2000. The New Open Economy: What Has Changed For Rural Areas? In: University of Aberdeen, European Rural Policy at Crossroads. Aberdeen, Scotland 29 June- 1 July 2000. Available at: <http://www.abdn.ac.uk> (Retrieved April, 2013).
12. Gladwin, C.H., Long, B.F., Babb, E.M., Beaulieu, L.J., Moseley, A., Mulkey, D., and Zimet, D.J. 1989. Rural Entrepreneurship: One Key to Rural Revitalization. *American Journal of Agricultural Economics*, 71(5): 1305-1314.
13. Hawley, C.B., and Fujii, E.T. 1993. An empirical analysis of preferences for financial risk: Further evidence on the Friedman-Savage model. *Journal of Post Keynesian Economics*, 16 (2): 197-204.
14. Henderson, J. 2002. Building the rural economy with high-growth entrepreneurs. *Economic Review-Federal Reserve Bank of Kansas City*, 87(3): 45-75.

15. Henderson, J., Low, S., and Weiler, S. 2007. The drivers of regional entrepreneurship in rural and metro areas. In N. Walzer (Ed.), *Entrepreneurship and local economic development* (Pp: 81–102). Lanham, MD: Lexington Books.
16. Hoy, F. 1996. Entrepreneurship: A strategy for rural development, in Rowley, T.D., Sears, D.W., Nelson, G.L., Reid, J.N. and Yetley, M.J. (eds.), *Rural Development Research: A Foundation for Policy*. Westport, Connecticut: Greenwood Press, Pp: 29-46.
17. Jamshidi, A., Jamini, D., and Nazari Sarmazah, H. 2013. A Study of Driving Forces and Hampering Factors Affecting the Development of Rural Women Entrepreneurship. *Journal of Woman and Society*, 4n (2): 137-166. (In Persian)
18. Johnson, J.D., and Rasker, R. (1995). The Role of Economic and Quality of Life Values in Rural Business Location. *Journal of Rural Studies*, 11(4): 405-416.
19. Karimi, S., Chizari, M., Biemans, H.J., and Mulder, M. 2010. Entrepreneurship education in Iranian higher education: The current state and challenges. *European Journal of Scientific Research*, 48(1): 35-50.
20. Karimi, S., JA Biemans, H., Lans, T., Chizari, M., and Mulder, M. 2014. Effects of role models and gender on students' entrepreneurial intentions. *European Journal of Training and Development*, 38(8): 694-727.
21. Kayne, J. 2000. *Rural Entrepreneurship Initiative*. Kauffman Centre for Entrepreneurial Leadership, Kansas City, Missouri.
22. Kneafsey, M., Ilbery, B., and Jenkins, T. 2001. Exploring the Dimensions of Culture Economies in Rural West Wales. *Sociologia Ruralis*, 41(3): 296-310.
23. McElwee, G., and Atherton, A. 2011. Rural Entrepreneurship. In Dana, L-P (ed.): *World Encyclopaedia of Entrepreneurship*, Cheltenham: Edward Elgar, Pp: 377-384.
24. North, D., and Smallbone, D. 2000. The innovativeness and growth of rural SMEs during the 1990s. *Regional Studies*, 34: 145–157.
25. OECD. 2006. *The new rural paradigm policies and governance*. Paris: OECD
26. Paniagua, A. 2013. Farmers in remote rural areas: The worth of permanence in the place. *Land Use Policy*, 35(0): 1-7.
27. Petrin, T., and Gannon, A. (1997). *Rural development through entrepreneurship*. Rome: FAO
28. Polo-Peña, A.I., Frías-Jamilena, D.M., and Rodríguez-Molina, M.Á. 2013. Market Orientation as a Strategy for the Rural Tourism Sector Its Effect on Tourist Behavior and the Performance of Enterprises. *Journal of Travel Research*, 52(2): 225-239.
29. Pour Rajab, P. 2010. The pathology of rural entrepreneurship in Iran. *Dehyariha*, 30: 28-35. (In Persian)
30. Saarenketo, S., Puumalainen, K., Kuivalainen, O., and Kylaheiko, K. 2009. A knowledge-based view of growth in new ventures. *European Business Review*, 21(6): 531-46.

31. Saxena, S. 2012. Problems Faced By Rural Entrepreneurs and Remedies to Solve. *Journal of Business and Management*, 3(1): 23-29.
32. Shane, S., and Venkataraman, S. 2000. The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1): 217-226.
33. Sharifzadeh, A., Arabion, A., and Sharifi, M. 2011. An Examination of Barriers to Development of Agro-enterprises in Golestan Province of Iran. *Journal of Village and Development*, 13(4): 129-160. (In Persian)
34. Smallbone, D. 2002. *Encouraging and Supporting Enterprise in Rural Areas*. London: Small Business Service.
35. Smallbone, D. 2009. Fostering entrepreneurship in rural areas. In Potter, J. and Hofer, A.R. (Eds.), *Strengthening entrepreneurship and economic development in East Germany: lessons from local approaches* (Pp: 161-187). Paris: OECD.
36. Stathopoulou, S., Psaltopoulos, D., and Skuras, D. 2004. Rural entrepreneurship in Europe: A research framework and agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 10(6): 404-425.
37. Statistical Center of Iran 2012. *Statistical Pocketbook of the Islamic Republic of Iran 1390* (March 2011- March 2012). (In Persian)
38. Tennesen, M. 1994. HR faces distinct issues in rural areas. *Personal Journal*, 73(6): 112.
39. Tyson, L., Petrin, T., and Rogers, H. 1994. Promoting Entrepreneurship in Central and Eastern Europe. *Small Business Economics*, 6: 1-20.
40. Vosoughi, M., and Imani, A. 2010. Future of Rural Development and its Sustainability Challenges. *Rural Development*, 1: 23-45. (In Persian)
41. Walsh, K., O'Shea, E., Scharf, T., and Murray, M. 2012. Ageing in changing community contexts: Cross-border perspectives from rural Ireland and Northern Ireland. *Journal of Rural Studies*, 28(4): 347-357.
42. Wortman, Jr, M.S. 1990. Rural Entrepreneurship Research: An Integration into the Entrepreneurship Field. *Agribusiness*, 6(4): 329-344.
43. Wortman, M.S. 1996. The Impact of Entrepreneurship upon Rural Development. Chapter in Thomas D. Rowley, David W. Sears, Glenn L. Nelson, J.
44. Young, N. 2010. Business networks, collaboration and embeddedness in local and extralocal spaces: The case of port hardy, Canada. *Sociologia Ruralis*, 50(4): 392-408.



Gorgan University of Agricultural
Sciences and Natural Resources

Journal of Entrepreneurship in Agriculture Vol. 1(3), 2015
<http://jead.gau.ac.ir>

Rural entrepreneurship: chalanges and opportunities

***S. Karimi**

¹Assistante Prof., Dept. of Agricultural Extension and Education,
Faculty of Agriculture, Bu-Ali Sina University
Received: 01/21/2015 ; Accepted: 03/09/2015

Abstract

Entrepreneurship is increasingly recognized as an important driver of economic growth, productivity, innovation, and job creation, and as a key aspect of economic dynamism. Due to this positive impact of entrepreneurship, many developing countries around the world, including Iran, have paid serious attention over the past decade to entrepreneurship as a potentially fundamental solution to various problems. Rural Iran has faced various problems such as increasing poverty, unemployment and immigration rates over recent past decades; accordingly many villages have become depopulated. Entrepreneurship can play a critical role in solving these porblems in rural areas. For this reason, entrepreneurship has been recognized as a means to revitalize rural areas. Indeed, institutions and individuals promoting rural development now see entrepreneurship as a strategic development intervention that could promote sustainable rural development. The purpose of this paper is to examine what are the challenges and opportunities in rural areas that entrepreneurs might face. For the purpose of the study, secondary data was used. An extensive literature review was conducted on topics relevant to the research. In conclusion, the main opportunities (such as cheap property, rich natural resources and landscapes and local culture and traditions) and challenges (such as, lack of finance, lack of infrastructural facilities and socio-cultural obstacles) were identified. The paper finally presents a general framework for encouraging rural entrepreneurship and some suggestions to take advantages of the opportunities as well as address the challenges.

Keywords: Entrepreneurship, Rural entrepreneurship, Rural development, Challenges, Opportunities

*Corresponding author: skarimi@basu.ac.ir

