

# Identifying Key Criteria Influencing the Evaluation of Rural Entrepreneurial Ideas for Sustainable Entrepreneurship Using the Fuzzy-Delphi Approach

**Mona Gholami** 

Department of Industrial Engineering and Management Systems, Amirkabir University of Technology, Tehran, Iran. [Email: m-gholami@aut.ac.ir](mailto:m-gholami@aut.ac.ir)

**Maryam Ashrafi** \* 

Department of Industrial Engineering and Management Systems, Amirkabir University of Technology, Tehran, Iran. [Email: ashrafi.mm@aut.ac.ir](mailto:ashrafi.mm@aut.ac.ir)

**Dawoud Fadai**

Department of Industrial Engineering and Management Systems, Amirkabir University of Technology, Tehran, Iran. [Email: fadaid@aut.ac.ir](mailto:fadaid@aut.ac.ir)

## Article Info

**Article type:**  
Research Article

**Article history :**  
Received 26 December 2025  
Received in revised form 22  
February 2025  
Accepted 19 April 2025  
Published online 21 July 2025

**Keywords:**  
Evaluation Criteria,  
Entrepreneurial Ideas, Fuzzy  
Delphi, Idea Evaluation,  
Sustainable Rural Entrepreneurship

## ABSTRACT

**Objective:** In recent years, sustainable rural entrepreneurship has emerged as a key strategy for job creation, income generation, environmental conservation, and improving the quality of life for rural populations, by comprehensively addressing economic, socio-cultural, and ecological dimensions. However, the high failure rate of these activities in Iran has weakened the entrepreneurial spirit and deterred further investments in these regions. Excessive optimism about entrepreneurial ideas in the pre-startup phase is the main reason for the failure of many such businesses. By accurately identifying the factors influencing an idea and those affected by its implementation, entrepreneurs can effectively recognize the strengths and weaknesses of their ideas and adopt appropriate measures to increase their chances of success.

**Method:** This study presents a comprehensive framework of criteria influencing the evaluation of rural entrepreneurial ideas through literature analysis and the fuzzy Delphi method.

**Findings:** Based on the results of the two-stage fuzzy Delphi method, 29 key criteria were identified and prioritized out of 38 extracted criteria across four dimensions: idea characteristics, feasibility (from market and resource perspectives), sustainability, and innovator/team characteristics.

**Conclusion:** The findings indicate the high importance of idea characteristics in the process of evaluating rural entrepreneurial ideas. The utility of the idea was identified as the most important criterion, meaning that ideas must directly address the problems and needs of the rural community.

**Cite this article:** Gholami, M., Ashrafi M., & Fadai, D. (2025). Identifying Key Criteria Influencing the Evaluation of Rural Entrepreneurial Ideas for Sustainable Entrepreneurship Using the Fuzzy-Delphi Approach. *Journal of Entrepreneurship and Innovation Research*, 4(2), 1-19.

<https://doi.org/10.22034/eir.2025.495962.1146>



© The Author(s). Authors retain the copyright and full publishing rights without restrictions.

**Publisher:** Scientific Association of Entrepreneurship & Innovation in IRAN.

## شناسایی شاخصه های موثر بر ارزیابی ایده های کارآفرینانه روستایی در راستای کارآفرینی پایدار با رویکرد دلفی فازی

id منا غلامی

دانشکده مهندسی صنایع و سیستم های مدیریت، دانشگاه صنعتی امیرکبیر، تهران، ایران. رایانامه: [m-gholami@aut.ac.ir](mailto:m-gholami@aut.ac.ir)

id \* مریم اشرفی

نویسنده مسئول، دانشکده مهندسی صنایع و سیستم های مدیریت، دانشگاه صنعتی امیرکبیر، تهران، ایران. رایانامه: [Ashrafi.mm@aut.ac.ir](mailto:Ashrafi.mm@aut.ac.ir)

داوود فدایی

دانشکده مهندسی صنایع و سیستم های مدیریت، دانشگاه صنعتی امیرکبیر، تهران، ایران. رایانامه: [fadaid@aut.ac.ir](mailto:fadaid@aut.ac.ir)

اطلاعات مقاله	چکیده
<b>نوع مقاله:</b> مقاله پژوهشی	<b>هدف:</b> در سال های اخیر کارآفرینی پایدار روستایی به دلیل توجه همه جانبه به ابعاد اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، و اکولوژیکی به عنوان یک راهکار کلیدی برای ایجاد اشتغال و درآمدزایی، حفظ محیط زیست و بهبود کیفیت زندگی روستاییان مطرح است. اما نرخ بالای شکست این فعالیت ها در ایران، روحیه کارآفرینی را تضعیف کرده و مانع از جذب سرمایه گذاری های بیشتر در این مناطق شده است. خوش بینی بیش از حد به ایده های کارآفرینی در مرحله پیش از راه اندازی، دلیل اصلی شکست بسیاری از این کسب و کارها است. با شناسایی دقیق عوامل تاثیرگذار بر ایده و یا عواملی که اجرای ایده بر آنها تاثیر می گذارند، کارآفرینان می توانند نقاط ضعف و قوت ایده خود را به خوبی شناسایی کرده و با اتخاذ تدابیر مناسب، احتمال موفقیت خود را افزایش دهند.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۰۶	<b>روش:</b> پژوهش حاضر با تحلیل ادبیات موضوع و روش دلفی فازی یک چارچوب جامع از شاخص های موثر در ارزیابی ایده های کارآفرینی روستایی ارائه کرده است.
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۱۲/۰۴	<b>یافته ها:</b> براساس نتایج روش دلفی فازی در دو مرحله، از میان ۳۸ شاخص استخراج شده در چهار بعد: ویژگی های ایده، امکان پذیری (از دیدگاه بازار و منابع)، پایداری و ویژگی های تیم/شخص نوآور، ۲۹ شاخص کلیدی موثر بر ارزیابی ایده های کارآفرینی روستایی ایران شناسایی و اولویت بندی شدند.
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۱/۳۰	<b>نتیجه گیری:</b> نتایج بیانگر اهمیت بالای بعد ویژگی های ایده در فرآیند ارزیابی ایده های کارآفرینی روستایی است. سودمندی ایده نیز به عنوان مهم ترین شاخص شناخته شده است، به این معنا که ایده ها باید به طور مستقیم به حل مشکلات و نیازهای جامعه روستایی کمک کنند.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۴/۳۰	<b>کلیدواژه ها:</b> ارزیابی ایده، ایده های کارآفرینانه، دلفی فازی، شاخصه های ارزیابی، کارآفرینی پایدار روستایی.
	<b>استناد:</b> غلامی، منا، اشرفی، مریم، و فدایی، داوود (۱۴۰۴). شناسایی شاخصه های موثر بر ارزیابی ایده های کارآفرینانه روستایی در راستای کارآفرینی پایدار با رویکرد دلفی فازی، پژوهش های کارآفرینی و نوآوری. ۴(۲)، ۱-۱۹.
	<a href="https://doi.org/10.22034/eir.2025.495962.1146">https://doi.org/10.22034/eir.2025.495962.1146</a>
	ناشر: انجمن علمی کارآفرینی و نوآوری ایران.
	© نویسندگان.



## ۱. مقدمه

یکی از چشم اندازهای کشور در سال ۱۴۰۴ دستیابی به اشتغال کامل است (کنگرانی، ۱۳۸۵). کارآفرینی در تمامی ابعاد به خصوص در بخش روستایی از جمله ابزارهای کارآمد جهت دستیابی به این مهم می‌باشد (زرگوش و مظفری، ۲۰۱۴). کارآفرینی روستایی با بهره‌گیری از فرصت‌های محلی همراه با نوآوری، تلاش، پشتکار زیاد و پذیرش خطرهای مالی، روحی و اجتماعی است که با انگیزه‌های مختلف منجر به ایجاد یک کسب و کار می‌شود (کومار و همکاران، ۲۰۲۱). علی‌رغم ارزشمند بودن فعالیت‌های کارآفرینی برای رشد جوامع روستایی اما توسعه بی‌ضابطه این فعالیت‌ها می‌تواند پیامدهای منفی اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و زیست‌محیطی به همراه داشته باشد (رضایی مقدم و معصومی، ۲۰۱۸). از این رو، کارآفرینی پایدار ضرورتی انکارناپذیر برای توسعه متوازن روستایی است (سلیمانی و همکاران، ۲۰۲۱).

با وجود اهمیت روزافزون پدیده کارآفرینی و نقش آن در اقتصاد روستایی، وجود چالش‌های فراوان موجب کاهش توسعه این پدیده و افزایش نرخ شکست کسب و کارهای روستایی شده است. این موضوع نه تنها بر سطح محلی و منطقه‌ای بلکه بر سطح ملی نیز تأثیر منفی دارد (سجاسی قیداری و همکاران، ۲۰۱۸). این شکست‌ها علاوه بر لطمه‌های اجتماعی، روانی و مالی به شخص و جامعه سبب کاهش انگیزه توسعه کارآفرینی در جوامع روستایی می‌شود (راسخی و همکاران، ۲۰۱۶). برخی محققان طی پژوهش‌های مختلف، عوامل مؤثر بر موفقیت و توسعه اقدامات کارآفرینی روستایی را در دو سطح درونی و بیرونی مورد بررسی قرار داده‌اند. از جمله موانع بیرونی می‌توان به کمبود منابع انسانی، فناورانه و مالی، ضعف زیرساخت‌های اساسی (راسخی و همکاران، ۱۳۹۵)، ناکارآمدی سیستم‌های اطلاع‌رسانی، تأثیر تحریم‌های اقتصادی و عدم وجود تشکل‌های صنفی مؤثر (سجاسی قیداری و همکاران، ۱۳۹۷) اشاره نمود. در مقابل، عوامل درونی مؤثر شامل ویژگی‌هایی کارآفرین همچون قابلیت انطباق با تغییرات، دوراندیشی، مهارت‌های ارتباطی با مشتریان، روحیه رقابت‌جویی، حمایت‌های خانوادگی و تدوین برنامه‌های راهبردی می‌شود (ورمزیاری و ایمانی، ۱۳۹۶).

خسروی و همکاران (۱۴۰۳) در یک دسته‌بندی جامع، عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی روستایی را در سه بُعد اصلی طبقه‌بندی نموده‌اند: عوامل فردی شامل ویژگی‌های روان‌شناختی و انگیزشی کارآفرینان؛ عوامل محیطی مشتمل بر امکانات زیربنایی، دسترسی به منابع و بستر فرهنگی جامعه؛ و راهبردهای حمایتی شامل ایجاد شبکه‌های همکاری، توسعه مهارت‌های تخصصی و بهره‌گیری از مزیت‌های نسبی منطقه. این مدل سه‌بعدی نشان می‌دهد که موفقیت کارآفرینی روستایی مستلزم توجه همزمان به ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان، شرایط محیطی و راهکارهای نهادی است.

اگر چه شناسایی این عوامل و شاخص‌ها می‌تواند در موفقیت اقدامات کارآفرینی بسیار تأثیرگذار باشد اما نکته حائز اهمیت این است که حتی با وجود شناسایی این عوامل و آگاهی کارآفرینان روستایی، بسیاری از کسب‌وکارهای کوچک در مناطق روستایی در سال‌های اول فعالیت با شکست مواجه می‌شوند. مطالعات نشان می‌دهد خوش‌بینی بیش از حد کارآفرینان به ایده‌ها و عدم ارزیابی نظام‌مند فرصت‌ها پیش از شروع فعالیت، از دلایل اصلی این شکست‌ها است (لورا<sup>۱</sup>، ۲۰۲۰).

هر اقدام کارآفرینی شامل سه مرحله اصلی است: پیش از راه‌اندازی<sup>۲</sup>، راه‌اندازی<sup>۳</sup> و پس از راه‌اندازی<sup>۴</sup> (کوراتکو<sup>۵</sup>، ۲۰۱۶). مرحله قبل از راه‌اندازی با یک ایده آغاز می‌شود و زمانی که در بهای کسب‌وکار به روی مشتریان باز می‌شود، به پایان می‌رسد. مرحله راه‌اندازی، با شروع فعالیت فروش و تحویل محصولات و خدمات آغاز و زمانی که کسب و کار به طور رسمی تاسیس شود، به پایان می‌رسد. در نهایت، مرحله پس از راه‌اندازی تا پایان سرمایه‌گذاری یا واگذاری نهاد سازمانی توسط کارآفرین ادامه دارد (بنت و پاترجی<sup>۶</sup>، ۲۰۲۳).

مرحله پیش از راه‌اندازی زمینه لازم برای اتخاذ تصمیمات آگاهانه قبل از سرمایه‌گذاری و شروع اقدامات کارآفرینی را فراهم می‌آورد (اولت<sup>۷</sup>، ۲۰۲۴). این مرحله شامل فرایند ارزیابی ایده‌ها و فرصت‌های کارآفرینی است (محمود<sup>۸</sup> و همکاران، ۲۰۱۸). فرایند ارزیابی به کارآفرینان کمک می‌کند تا فرصت‌های واقعی را از ایده‌های غیرقابل اجرا متمایز کنند و در نتیجه، ریسک سرمایه‌گذاری

<sup>1</sup> Lora

<sup>2</sup> Pre-start up

<sup>3</sup> start up

<sup>4</sup> Post-start up

<sup>5</sup> Kuratko

<sup>6</sup> Bennett & Chatterji

<sup>7</sup> Aulet

<sup>8</sup> Mahmood

را کاهش دهند (گرلاخ و برم<sup>۱</sup>، ۲۰۱۷). شناسایی شاخص‌ها و عوامل موثر در فرآیند ارزیابی ایده، یک جزء حیاتی در کارآفرینی است. این امر به کاهش احتمال شکست در مراحل بعدی مدیریت نوآوری و اجرای ایده می‌انجامد (کورتز گومز<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۲۰). در مراحل ابتدایی شروع یک کسب و کار به دلیل غیر قطعی و ناکافی بودن اطلاعات موجود، شناسایی شاخص‌ها بسیار چالش برانگیز است. ضعف در شناسایی و انتخاب شاخص‌ها منجر به عملکرد ضعیف فرآیند ارزیابی و کیفیت نامناسب ایده خروجی می‌شود (آگارد<sup>۳</sup>، ۲۰۱۲). با توجه به شرایط خاص روستا و ریسک بالای آغاز یک فعالیت جدید، انتخاب دقیق و صحیح شاخص‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

اگرچه مطالعات متعددی به بررسی عوامل مؤثر بر توسعه اقدامات کارآفرینی در روستا پرداخته‌اند، تاکنون هیچ پژوهشی با هدف شناسایی جامع ابعاد و شاخص‌های ارزیابی ایده‌ها و فرصت‌های کارآفرینی روستایی به عنوان یک اقدام پیشگیرانه، انجام نشده است. بنابراین این تحقیق به دنبال پاسخ به این سوال اساسی است که:

- چه ابعاد و شاخصه‌هایی بر ارزیابی ایده‌های کارآفرینی روستایی با تاکید بر دیدگاه کارآفرینی پایدار موثرند؟

به همین منظور ابتدا با استفاده از ادبیات موضوع کارآفرینی، ابعاد و شاخص‌های ارزیابی فرصت و ایده کارآفرینانه استخراج می‌گردد. سپس به منظور بومی‌سازی با شرایط کارآفرینی روستایی در ایران با کمک نظر خبرگان و تکنیک دلفی فازی در دو مرحله شاخص‌های موثر شناسایی می‌شوند.

## ۲. مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

### ۲-۱. کارآفرینی پایدار روستایی

امروز توسعه روستاها در مقایسه با گذشته، پیوند گسترده‌تری با فعالیت‌های کارآفرینی پیدا کرده است، چراکه کارآفرینی با ایجاد فرصت‌های جدید کسب و کار و رشد درآمد، نقش مؤثری در بهبود وضع اقتصادی و معیشتی روستاییان ایفا می‌کند (یزدانی و همکاران، ۲۰۱۷). برخی از محققان معتقدند که توسعه اقدامات کارآفرینانه در محیط روستایی، نقش برجسته‌تری در سلامت اقتصاد ملی ایفا می‌کند. این امر به دلیل تأثیر و رابطه توسعه روستایی با رشد اقتصادی و همچنین برقراری امنیت اجتماعی است (خسروی و همکاران، ۱۴۰۳). کارآفرینی روستایی عبارتست از " بکارگیری نوآورانه منابع و امکانات روستا در راستای شکار فرصت‌های کسب و کار " (میرا و وینودان<sup>۴</sup>، ۲۰۱۸). اگرچه اقدامات کارآفرینی در روستا، منافع اقتصادی قابل توجهی را به همراه دارد، اما در صورت عدم توجه به ابعاد اجتماعی و زیست‌محیطی، به پیامدهای جبران‌ناپذیری مانند تخریب محیط‌زیست، عدم پایداری در تولید و کاهش امنیت غذایی، تغییرات آب و هوایی، آلودگی و فرسایش خاک منجر شود (رضایی مقدم و معصومی، ۲۰۱۸). برای رفع این چالش، مقوله کارآفرینی در حال گذر از تمرکز بر یک بعد خاص به شمول بر همه‌ی ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی جهت دستیابی به کارآفرینی پایدار است (سارانگو-لانگوی<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۱۸). در کارآفرینی پایدار روستایی، کارآفرینان با ریسک‌پذیری بالا، خلاقیت و نوآوری در فعالیت‌های کشاورزی و غیرکشاورزی، به دنبال استفاده بهینه و متنوع از منابع روستایی هستند تا ضمن کسب سود، به توسعه پایدار روستایی کمک نمایند (شهبازی، ۱۴۰۱).

برخی محققان معتقدند که شناخت، انتخاب و گسترش فرصت‌های جدید و نوآوری‌های سازگار با شرایط جوامع محلی می‌تواند سبب کارآفرینی پایدار شود (سلیمانی و همکاران، ۲۰۲۲).

نقطه آغاز نوآوری وجود یک ایده است (میرطالایی و همکاران، ۲۰۱۷). ایده‌ی کارآفرینانه، ایده‌ایست که به کاربرد دانش جدید یا استفاده از دانش به شیوه‌ای نوین در یک یا چند بعد برای یک پیشنهادیه کسب و کار می‌پردازد. به عنوان مثال، در مورد محصول/خدمات، بازار، فناوری، روش‌های تولید یا مدل کسب و کار آنها - به گونه‌ای که سبب ایجاد یا بهبود منافع اقتصادی شود (نات<sup>۶</sup> و همکاران، ۲۰۰۹).

<sup>1</sup> Gerlach & Brem

<sup>2</sup> Cortez Gomes

<sup>3</sup> Aagaard

<sup>4</sup> Meera & Vinodan

<sup>5</sup> Sarango-Lalangui

<sup>6</sup> Knotts

## ۲-۲. ارزیابی ایده

دو واژه پرکاربرد در ادبیات کارآفرینی، "فرصت" و "ایده" است. ارزیابی فرصت در کارآفرینی غالباً بر ارزیابی ابعاد اقتصادی ایده تمرکز دارند درحالی که ارزیابی ایده در کسب و کار چند بعدی می باشد و علاوه بر ویژگی‌های مالی، عواملی دیگری را نیز دخیل می کند (اسمیت<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۰). گاهی این دو واژه به شکل معادل در مقالات استفاده می شوند.

یداللهی فارسی و همکاران (۱۳۹۳) شش شاخص صنعت و بازار، صنعت و بازار ارگانیک، ویژگی‌های کارآفرین، تیم کارآفرین، مالی و سرمایه گذاری و فنی و تکنولوژیکی را با استفاده از تکنیک دلفی برای ارزیابی فرصت ها و ایده‌های کسب و کاری در زمینه صنعت غذایی ارگانیک شناسایی کردند.

دهکردی و همکاران (۱۳۹۷) با بهره‌گیری از روش آمیخته کیفی-کمی و براساس مرور ادبیات و تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه با خبرگان با نرم افزار SPSS شاخص‌های ارزیابی فرصت در شتاب‌دهنده‌ها را در سه بعد مسئله-راه حل (تناسب بین مشکل موجود در بازار و راه حل ارائه شده توسط کسب‌وکار)، تیم کارآفرین (توانایی‌ها، تجربه و تعهد تیم کارآفرینی) و شتاب دهنده (تناسب بین کسب‌وکار و اهداف و منابع شتاب‌دهنده) دسته بندی نمودند.

کوشیک و توری<sup>۲</sup> (۲۰۲۳) با استفاده از روش دلفی به شناسایی و اولویت‌بندی شاخص‌های مرتبط با فرصت‌های کارآفرینی اجتماعی می‌پردازد. آنها با جمع‌آوری نظرات گروهی از کارشناسان، به تحلیل عواملی مانند "حمایت نهادی" و "فرصت‌های تأمین مالی" پرداختند.

## ۲-۳. شاخص‌های ارزیابی ایده های کارآفرینی

نوآوری با یک ایده شروع و سپس وارد مرحله ارزیابی، توسعه و آزمایش می‌شود (میرطلایی و همکاران، ۲۰۱۷). تنها ایده‌هایی که از فیلترهای مختلف ارزیابی عبور کنند، به فرصت‌های کارآفرینانه واقعی تبدیل می‌شوند لذا این مرحله برای سیاست‌گذاران، سرمایه‌گذاران و کارآفرینان از جایگاه مهمی برخوردار است (جمالی و همکاران، ۲۰۱۸). وجود مدل کسب‌وکار شفاف و منسجم ایده‌های کارآفرینی، عاملی کلیدی در کاهش عدم قطعیت‌ها و افزایش احتمال موفقیت محسوب می‌شود، چرا که این مدل به کارآفرینان کمک می‌کند تا تناسب بین ارزش پیشنهادی، نیازهای بازار و سایر شاخص‌های اجرایی را به صورت عینی ارزیابی نمایند (فارسی و همکاران، ۲۰۱۹). شناسایی ابعاد و شاخص‌های موثر در انتخاب ایده‌ها، مهمترین مرحله ارزیابی می‌باشد، چرا که بدون شناسایی کامل و فهم عوامل تاثیر گذار بر فرآیند، پرداختن به سایر مراحل مدیریت نوآوری امکان پذیر نمی باشد (کورتز گومز و همکاران، ۲۰۲۰).

محققان برای ارزیابی ایده‌های کسب‌وکار از شاخص‌های متنوعی استفاده کرده‌اند که به روش‌های مختلف دسته‌بندی و چارچوب‌بندی شده‌اند. مدل تیمونز<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۰۴) به عنوان یک چارچوب پیشرو بر تناسب سه عنصر تیم، منابع و ویژگی‌های ایده تأکید دارد. مدل پرایم توسط هیومن<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۰۴) پنج بعد اصلی شامل ویژگی‌های محصول، منابع، اشخاص، بازار و اقتصاد را در نظر می‌گیرد. انگلیش<sup>۵</sup> (۲۰۰۷) نظام ارزیابی اولیه‌ی توسعه‌ی ایده‌های نو (IDEAS) را برای ارزیابی اولیه ایده‌ها و نات و همکاران (۲۰۰۹) سیستم ارزیابی نوآوری مقدماتی (PIES) را برای ارزیابی ایده‌ها قبل از ورود به بازار معرفی کردند. با وجود اینکه برخی از این شاخص‌ها ماهیت عمومی داشته و قابلیت تطبیق با شرایط روستایی را دارا می‌باشند، اما ضروری است بخشی از شاخص‌ها به صورت اختصاصی و با در نظر گرفتن مفاهیم، ویژگی‌ها و الزامات خاص کارآفرینی روستایی تعریف شوند.

معصومی و رضایی مقدم (۲۰۲۴) به ارائه یک مرور ادبیات سیستماتیک برای مفهوم‌سازی کارآفرینی روستایی از دیدگاه فرصت‌محور پرداختند. آنها چهار شاخصه شامل؛ جدید بودن فرصت، ارزش فرصت، مکان و ساکنان روستا را شناسایی کردند. این پژوهش نشان می‌دهد که فرصت‌های کارآفرینانه روستایی از طریق پنج محور اصلی قادر به خلق ارزش هستند: توسعه محصولات نوآورانه، ارائه خدمات جدید، کشف بازارهای تازه، بهره‌برداری خلاقانه از منابع محلی، و ابداع روش‌های بدیع در فرآیندهای تولید و خدمات.

<sup>1</sup> Smith

<sup>2</sup> Kaushik & Tewari

<sup>3</sup> Timmons

<sup>4</sup> Human

<sup>5</sup> English

فردوسی و همکاران (۱۴۰۱) از شاخص‌های ارزیابی مانند پتانسیل اقتصادی فرصت، تناسب با منابع موجود، تأثیر اجتماعی و محیطی، و حمایت زیرساختی برای تحلیل فرصت‌های کارآفرینی روستایی شهرستان بهبهان استفاده شده است. این مقاله با بررسی تأثیر سیاست‌های دولتی مانند ارائه تسهیلات مالی، آموزش‌های کارآفرینی، و ایجاد زیرساخت‌ها به عنوان عوامل کلیدی در ایجاد و تقویت فرصت‌ها بر تعامل مؤثر بین دولت، کارآفرینان، و جوامع محلی برای توسعه فرصت‌های کارآفرینی تأکید دارد.

تبارس<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۲۲) کارآفرینی روستایی را از دیدگاه چارچوب معیشت پایدار تحلیل کردند. آنها به اهمیت سرمایه اجتماعی و انسانی در فعالیت‌های کارآفرینی روستایی اشاره کرده و مسائل نوظهوری مانند کارآفرینی اجتماعی، حکمرانی، نهادها، رشد معیشت و کارآفرینی محیط زیستی را شناسایی کردند.

آستنر و روس<sup>۲</sup> (۲۰۲۴) به چارچوب‌های زمینه‌ای در کارآفرینی روستایی اشاره دارد. این چارچوب‌ها بر اساس سه لنز اصلی برای تحلیل فرصت‌های کارآفرینی روستایی طراحی شده‌اند: روستا به عنوان حاشیه، روستا به عنوان هویت مستقل، و روستا به عنوان یک واقعیت ثابت. در لنز اول، بر وابستگی مناطق روستایی به بازارهای شهری و چالش‌های زیرساختی تأکید می‌شود. لنز دوم بر دارایی‌های منحصربه‌فرد محلی مانند میراث فرهنگی و منابع طبیعی تمرکز دارد. لنز سوم بر ویژگی‌های جمعیتی و جغرافیایی ثابت مانند تراکم جمعیت و مرزهای فضایی تأکید دارد. این چارچوب‌ها نشان می‌دهند که بهتر است ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در مناطق روستایی با توجه به ویژگی‌های خاص هر منطقه انجام شود.

نتیجه‌گیری از مرور ادبیات نشان می‌دهد که ارزیابی ایده‌های کارآفرینی روستایی نیازمند چارچوبی جامع است که به چهار بُعد اصلی توجه کند: ویژگی‌های ایده شامل شفافیت طرح، تازگی و سودمندی آن، امکان‌پذیری بازار و منابع (انسانی، تکنولوژیکی، فیزیکی، ارتباطی و دولتی) که بر تناسب ایده با محیط و دسترسی به منابع و بازار تمرکز دارد، ابعاد پایداری که اثرات اجتماعی، محیطی و اقتصادی را در نظر می‌گیرد، و ویژگی‌های تیم یا شخص نوآور که تخصص و تجربه افراد را در اجرای موفقیت‌آمیز ایده برجسته می‌کند. شاخص‌های کلیدی این چهار بعد در جدول ۱ ارائه شده‌اند.

جدول ۱. شاخص‌های مستخرج از پیشینه پژوهش

ابعاد	شاخص	کد	مراجع
ویژگی‌های ایده	شفافیت	A1	(هیومن و همکاران، ۲۰۰۴) (فارسی و همکاران، ۲۰۱۹).
	تازگی	A2	(والیا <sup>۳</sup> ، ۲۰۱۹) (کورسگارد <sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۱۵)
	سودمندی و کاربردی	A3	(والیا، ۲۰۱۹) (گیماه و لوسیر <sup>۵</sup> ، ۲۰۲۱) (آستنر و روس، ۲۰۲۴) (معصومی و رضایی مقدم، ۲۰۲۴)
امکان پذیري	تناسب با منابع زیر ساختی انرژی محلی	Ba1	(این <sup>۶</sup> و همکاران، ۲۰۱۹) (صالحی کاخکی و همکاران، ۲۰۱۹) (سلیمانی و هماران، ۲۰۲۱) (تبارس و همکاران، ۲۰۲۲) (آستنر و روس، ۲۰۲۴)
	تناسب با تجهیزات ارتباطی محلی	Ba2	(این و همکاران، ۲۰۱۹) (کورسگارد و همکاران، ۲۰۱۵)
	دسترسی به راه‌های ارتباطی و حمل و نقل	Ba3	(این و همکاران، ۲۰۱۹) (کورسگارد و همکاران، ۲۰۱۵) (تبارس و همکاران، ۲۰۲۲)

<sup>1</sup> Tabares

<sup>2</sup> Astner and Roos

<sup>3</sup> Walia

<sup>4</sup> Korsgaard

<sup>5</sup> Gyimah & Lussier

<sup>6</sup> Yin

(هیومن و همکاران، ۲۰۰۴) (نات و همکاران، ۲۰۰۹) (جمالی ب، ۲۰۱۸)	Ba <sup>۴</sup>	در دسترس بودن فناوری	ابعاد بازار
(هیومن و همکاران، ۲۰۰۴) (سکویرا <sup>۱</sup> ، ۲۰۲۰)	Ba <sup>۵</sup>	دسترسی به مواد اولیه	
(هیومن و همکاران، ۲۰۰۴)، (سکویرا، ۲۰۲۰) (سلیمانی و همکاران، ۲۰۲۰) (تبارس و همکاران، ۲۰۲۲)	Ba <sup>۶</sup>	تناسب منابع انسانی موجود و موردنیاز	
(این و همکاران، ۲۰۱۹)	Ba <sup>۷</sup>	تناسب اراضی موجود و موردنیاز	
(صالحی کاخکی و همکاران، ۲۰۱۹) (نات و همکاران، ۲۰۰۹) (فردوسی و همکاران، ۱۴۰۱) (آستنر و روس، ۲۰۲۴)	Ba <sup>۸</sup>	سازگاری با منابع قانونی و مقررات دولتی	
(انگلیش، ۲۰۰۷) (نات و همکاران، ۲۰۰۹) (آستنر و روس، ۲۰۲۴)	Bb <sup>۱</sup>	دسترسی به بازارهای هدف	
(هیومن و همکاران، ۲۰۰۴) (نات و همکاران، ۲۰۰۹) (سکویرا، ۲۰۲۰) (گیماه و لوسیر، ۲۰۲۱)	Bb <sup>۲</sup>	نفوذ در بازار	
(انگلیش، ۲۰۰۷) (نات و همکاران، ۲۰۰۹) (تبارس و همکاران، ۲۰۲۲) (آستنر و روس، ۲۰۲۴)	Bb <sup>۳</sup>	مشخص بودن و قابل درک بودن نیاز بازار	
(هیومن و همکاران، ۲۰۰۴) (نات و همکاران، ۲۰۰۹) (انگلیش، ۲۰۰۷) (معصومی و رضایی مقدم، ۲۰۲۴)	Bb <sup>۴</sup>	مشخص بودن بازار هدف مشتریان	
(انگلیش، ۲۰۰۷) (نات و همکاران، ۲۰۰۹)	Bb <sup>۵</sup>	وجود پتانسیل برای محصولات/خدمات جانبی و توسعه بازار	
(نات و همکاران، ۲۰۰۹) (انگلیش، ۲۰۰۷)	Bb <sup>۶</sup>	بررسی چرخه عمر محصول/خدمت	
(هیومن و همکاران، ۲۰۰۴) (نات و همکاران، ۲۰۰۹) (انگلیش، ۲۰۰۷)	Bb <sup>۷</sup>	بررسی وضعیت پنجره فرصت (پایداری نقاضا) در بازار	
(نات و همکاران، ۲۰۰۹) (انگلیش، ۲۰۰۷)	Bb <sup>۸</sup>	نیازمندی به آموزش برای استفاده صحیح	
(نات و همکاران، ۲۰۰۹) (سکویرا، ۲۰۲۰)	Bb <sup>۹</sup>	وضعیت کانال های توزیع	
(نات و همکاران، ۲۰۰۹) (سلیمانی و همکاران، ۲۰۲۱) (تبارس و همکاران، ۲۰۲۲)	Bb <sup>۱۰</sup>	مزیت ایده در مقایسه با سایر محصولات مشابه در بازار	

<sup>۱</sup> Sequeira

(انگلیش، ۲۰۰۷)	Bb11	آسیب پذیری در برابر چانه زنی مشتریان	
(انگلیش، ۲۰۰۷)	Bb12	آسیب پذیری در برابر چانه زنی تامین کنندگان	
(انگلیش، ۲۰۰۷) (نات و همکاران، ۲۰۰۹)	Bb13	آسیب پذیری در برابر رقبای موجود یا بالقوه	
(سلیمانی و همکاران، ۲۰۲۱)	C1	تاثیر بر منابع آب آشامیدنی	پایداری
(سلیمانی و همکاران، ۲۰۲۱)	C2	تاثیر بر منابع آب زیرزمینی	
(سلیمانی و همکاران، ۲۰۲۱)	C3	تاثیر بر هوای روستا	
(سلیمانی و همکاران، ۲۰۲۱)	C4	تاثیر بر مراتع و فضای سبز روستا	
(انصاری و همکاران، ۲۰۱۳)	C5	تاثیر بر تنوع زیستی منطقه	
(انصاری و همکاران، ۲۰۱۳)	C6	تاثیر بر تشدید فرسایش خاک	
(سلیمانی و همکاران، ۲۰۲۱)	C7	مدیریت مواد زاید تولیدی کسب و کار	
(صالحی کاخکی و همکاران، ۲۰۱۹) (سلیمانی و همکاران، ۲۰۲۱)	C8	تاثیرات فرهنگی	
(صالحی کاخکی و همکاران، ۲۰۱۹) (سلیمانی و همکاران، ۲۰۲۱) (کورسگارد و همکاران، ۲۰۱۵) (آستر و روس، ۲۰۲۴) (معصومی و رضایی مقدم، ۲۰۲۴)	C9	تاثیر بر مشارکت اجتماعی	
(صالحی کاخکی و همکاران، ۲۰۱۹) (آستر و روس، ۲۰۲۴)	C10	تاثیر بر افزایش اشتغالزایی برای ساکنان روستا	
(تیمونز و همکاران، ۲۰۰۴) (هیومن و همکاران، ۲۰۰۴) (انگلیش، ۲۰۰۷) (نات و همکاران، ۲۰۰۹)	D1	تجربه‌ی مدیریتی	تیم/شخص نوآور
(تیمونز و همکاران، ۲۰۰۴) (هیومن و همکاران، ۲۰۰۴) (نات و همکاران، ۲۰۰۹) (انگلیش، ۲۰۰۷) (گیماه و لوسیر، ۲۰۲۱)	D2	تجربه‌ی عملیاتی	
(هیومن و همکاران، ۲۰۰۴) (نات و همکاران، ۲۰۰۹) (انگلیش، ۲۰۰۷) (صالحی کاخکی و همکاران، ۲۰۱۹) (سکویرا، ۲۰۲۰) (گیماه و لوسیر، ۲۰۲۱) (آستر و روس، ۲۰۲۴) (معصومی و رضایی مقدم، ۲۰۲۴)	D3	ویژگی‌های شخصیتی نوآور	
(هیومن و همکاران، ۲۰۰۴) (گیماه و لوسیر، ۲۰۲۱)	D4	همخوانی و همپوشانی گروه برای دستیابی به اهداف	

محققان برای استخراج شاخص‌های موثر از دو رویکرد استفاده می‌کنند: داده‌محور و مبتنی بر نظر خبره. رویکرد داده‌محور با استفاده از تکنیک‌های مانند داده‌کاوی، شاخص‌ها را از داده‌های موجود استخراج می‌کند. این روش زمانی مؤثر است که داده‌های باکیفیت در دسترس باشد. در مقابل، رویکرد مبتنی بر نظر خبره از دانش و تجربه متخصصان برای شناسایی شاخص‌ها استفاده می‌کند. (مامودان<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۲۳). رویکرد مبتنی بر خبره، در مواردی که شاخص‌ها کیفی هستند برتر از روش‌های داده‌محور عمل می‌کند و از انعطاف بیشتری در تحلیل اطلاعات به خصوص در اضافه و کم شدن شاخص‌ها برخوردار است.

دو روش پرکاربرد این رویکرد عبارتند از روش گروه کانونی و روش دلفی. روش گروه کانونی که توسط بوگارداس در سال ۱۹۲۶ معرفی شد، یک تکنیک کیفی برای بررسی نظرات جمعی افراد در جلسات حضوری است. از سوی دیگر، روش دلفی با جمع‌آوری ناشناس نظرات خبرگان و ارائه بازخورد پس از هر دور پرسشنامه، به دستیابی به اجماع گروهی میان متخصصان کمک می‌کند و محدودیت‌های جلسات حضوری را کاهش می‌دهد. روش دلفی به دلیل ماهیت نظام‌مند و ناشناس بودن، برای پژوهش‌هایی که نیازمند دستیابی به اجماع دقیق‌تری هستند، مناسب‌تر است (کاپورال<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۲۰).

روش دلفی فازی توسط ایشیکاوا و همکارانش در سال ۱۹۹۳ پیشنهاد شد. روش دلفی فازی از ترکیب روش دلفی سنتی و نظریه مجموعه فازی است که خبرگان نظرات خود را با کمک متغیرهای زبانی مطرح می‌کنند (چنگ و لین<sup>۳</sup>، ۲۰۰۲). در این پژوهش از روش دلفی فازی و اعداد فازی مثلثی برای بیان نظرات خبرگان استفاده شده است. فرض کنید در مسئله ایی با  $m$  شاخص  $(j=1,2,\dots,m)$  و  $n$  خبره  $(i=1,2,\dots,n)$  آنگاه ارزش فازی نظر خبره  $i$  در مورد شاخص  $j$  عبارتست از:

$$A_{ij} = (a1_{ij}, a2_{ij}, a3_{ij}) \quad \text{رابطه (۱)}$$

مراحل اجرای روش دلفی فازی به شرح زیر می‌باشد (چنگ و لین، ۲۰۰۲):

گام اول: گردآوری نظرات خبرگان؛ پرسشنامه در اختیار خبرگان قرار می‌گیرد و از آنها درخواست می‌شود تا نظرات خود را در مورد شاخص‌های شناسایی شده با استفاده از یکی از پنج متغیر کلامی (اهمیت خیلی کم، اهمیت کم، اهمیت متوسط، اهمیت زیاد و اهمیت خیلی زیاد) بیان نمایند.

گام دوم: تبدیل متغیرهای کلامی به اعداد فازی مثلثی؛ در این مرحله متغیرهای کلامی براساس جدول ۲ به اعداد فازی مثلثی تبدیل می‌شوند.

جدول ۲. متغیرهای زبانی مورد استفاده در دلفی فازی

متغیرهای زبانی	اعداد فازی مثلثی
اهمیت خیلی کم	(۰, ۰, ۰/۲۵)
اهمیت کم	(۰, ۰/۲۵, ۰/۲۵)
اهمیت متوسط	(۰/۲۵, ۰/۵, ۰/۷۵)
اهمیت زیاد	(۰/۵, ۰/۷۵, ۱)
اهمیت خیلی زیاد	(۰/۷۵, ۱, ۱)

مجموعه اعداد فازی مثلثی برای هر خبره با استفاده از رابطه ۲ به دست آمد.

$$\tilde{A}^{(i)} = (a_1^{(i)}, a_2^{(i)}, a_3^{(i)}) \quad i = 1, 2, \dots, n \quad \text{رابطه (۲)}$$

گام سوم: محاسبه میانگین فازی برای هر شاخص؛ در این مرحله میانگین مجموعه‌های فازی  $(\tilde{A}_m)$  برای شاخص  $m$  از رابطه ۳ محاسبه می‌شود.

$$\tilde{A}_m = (a_{m1}, a_{m2}, a_{m3}) = \left( \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_1^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_2^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_3^{(i)} \right) \quad \text{رابطه (۳)}$$

سپس برای هر خبره، مقدار اختلاف از میانگین با استفاده از رابطه‌ی ۴ محاسبه می‌شود.

$$(a_{m1} - a_1^{(i)}, a_{m2} - a_2^{(i)}, a_{m3} - a_3^{(i)}) = \left( a_{m1} - \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_1^{(i)}, a_{m2} - \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_2^{(i)}, a_{m3} - \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_3^{(i)} \right) \quad \text{رابطه (۴)}$$

1 Mamoudan

2 Caporale

3 Cheng & Lin

گام چهارم: فازی زدایی کردن؛ در ادبیات موضوع روش‌های مختلفی برای فازی زدایی پیشنهاد شده است، از جمله؛ روش مرکز ثقل (COG<sup>۱</sup>)، مرکز ناحیه (COA<sup>۲</sup>)، نیمساز منطقه (BOA<sup>۳</sup>)، میانگین حداکثر (MOM<sup>۴</sup>)، روش کوچکترین حداکثر (SOM<sup>۵</sup>) و روش بزرگترین حداکثر (LOM<sup>۶</sup>). در این پژوهش فازی زدایی با استفاده از روش پرکاربرد GMIR<sup>۷</sup> (محمدرضایی و همکاران، ۲۰۲۱) انجام می‌شود و از رابطه ۵ محاسبه می‌شود.

$$S_j = \left( \frac{a_1 + 4a_2 + a_3}{6} \right) \quad (\text{رابطه ۵})$$

یکی از روش‌های مؤثر در تصمیم‌گیری و استخراج معیارهای مورد نظر در روش دلفی، تعیین یک آستانه برای پذیرش یا عدم پذیرش شاخص‌ها است. بر اساس قانون ۳۰-۷۰، این آستانه می‌تواند به طور تقریبی برابر با ۰٫۷ در نظر گرفته شود (هسو<sup>۸</sup> و همکاران، ۲۰۱۰). بنابراین، اگر مقدار فازی زدایی شده یک شاخص نزدیک به ۰٫۷ باشد، آن شاخص به عنوان قابل قبول شناخته می‌شود؛ در غیر این صورت، شاخص مذکور غیرقابل قبول خواهد بود.

در مرحله دوم دلفی فازی به منظور بررسی میزان توافق بین خبرگان پرسشنامه مرحله اول به همراه میانگین نظرات خبرگان و مقدار اختلاف از میانگین برای اعضا پتل خبرگان ارسال و از آنها درخواست می‌شود تا پاسخ‌های خود را مرور و در صورت نیاز آنها را تغییر دهند.

گام پنجم: پس از دریافت بازخورد پتل خبرگان، نظرات اصلاح شده آنها به صورت اعداد فازی در رابطه ۶ ثبت می‌شود.

$$\tilde{b}^{(i)} = (b_1^{(i)}, b_2^{(i)}, b_3^{(i)}) \quad i = 1, 2, \dots, n \quad (\text{رابطه ۶})$$

در این مرحله نیز مانند گام دوم میانگین نظرات خبرگان با استفاده از رابطه ۷ محاسبه می‌شود:

$$\tilde{b}_m = (b_{m1}, b_{m2}, b_{m3}) = \left( \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n b_1^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n b_2^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n b_3^{(i)} \right) \quad (\text{رابطه ۷})$$

سپس مقدار دفازی برای هر معیار محاسبه می‌شود.

گام ششم: محاسبه میزان اختلاف نظر خبرگان در دو مرحله. در این مرحله میزان اختلاف نظر خبرگان در دو مرحله دلفی فازی محاسبه می‌شود. تکرار مراحل دلفی تا آنجا پیش می‌رود که اختلاف نظر خبرگان بین دو مرحله نظرسنجی به کمتر از حد آستانه خیلی کم (۰/۲) برسد. در این صورت فرایند نظر سنجی متوقف می‌شود.

نکته کلیدی در روش دلفی، تشکیل پتل متخصصان است. بهتر است که این پتل شامل تخصص‌های متنوع باشد تا بتواند دیدگاه‌های جامع‌تری را ارائه دهد (پاول<sup>۹</sup>، ۲۰۰۳). در خصوص اندازه پتل، اجماع نظری وجود ندارد و تعداد اعضا می‌تواند بسته به موضوعات مختلف، ماهیت دیدگاه‌ها، زمان و هزینه‌های در دسترس، از ۷ نفر تا بیش از ۱۰۰ نفر متغیر باشد (محمدرضایی و همکاران، ۲۰۲۱).

### ۳. روش شناسی

پژوهش حاضر به لحاظ هدف از نوع کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش توصیفی-پیمایشی می‌باشد. پس از بررسی ادبیات و استخراج شاخص‌ها، با مشاوره اساتید آشنا با موضوع، پرسشنامه‌ای شامل ۳۸ سوال اصلی طراحی شد. برای پایایی پرسشنامه، از روش دو نیمه‌سازی و محاسبه ضریب اسپیرمن-براون استفاده شد که این روش به ویژه برای پرسشنامه‌هایی با تعداد سوالات زیاد مناسب است. روایی ابزار پژوهش نیز با استفاده از نسبت روایی محتوایی تأیید شد. در این راستا، نظرات ۱۰ نفر از خبرگان درباره میزان توافق برای سوالات ضروری بررسی گردید و نتایج نشان داد که ضریب روایی محتوایی برای تمامی سوالات حدود ۰٫۸۹ بوده است که نشان‌دهنده قابل قبول بودن این مقدار و تأیید روایی ابزار کیفی پژوهش است.

برای تحلیل شاخص‌ها، از مصاحبه نیمه‌ساختار یافته دلفی فازی در دو دور استفاده شد. در این مصاحبه‌ها، از پنج سطح متغیر کلامی برای جمع‌آوری نظر خبرگان بهره گرفته شد. در هر دور، پرسشنامه به صورت آنلاین برای خبرگان ارسال شد. و پس از

<sup>1</sup> Center Of Gravity

<sup>2</sup> Center Of Area

<sup>3</sup> Bisector Of Area

<sup>4</sup> Mean Of Maximum

<sup>5</sup> Smallest Of Maximum

<sup>6</sup> largest of maximum

<sup>7</sup> Graded Mean Integration Representation

<sup>8</sup> Hsu

<sup>9</sup> Powell

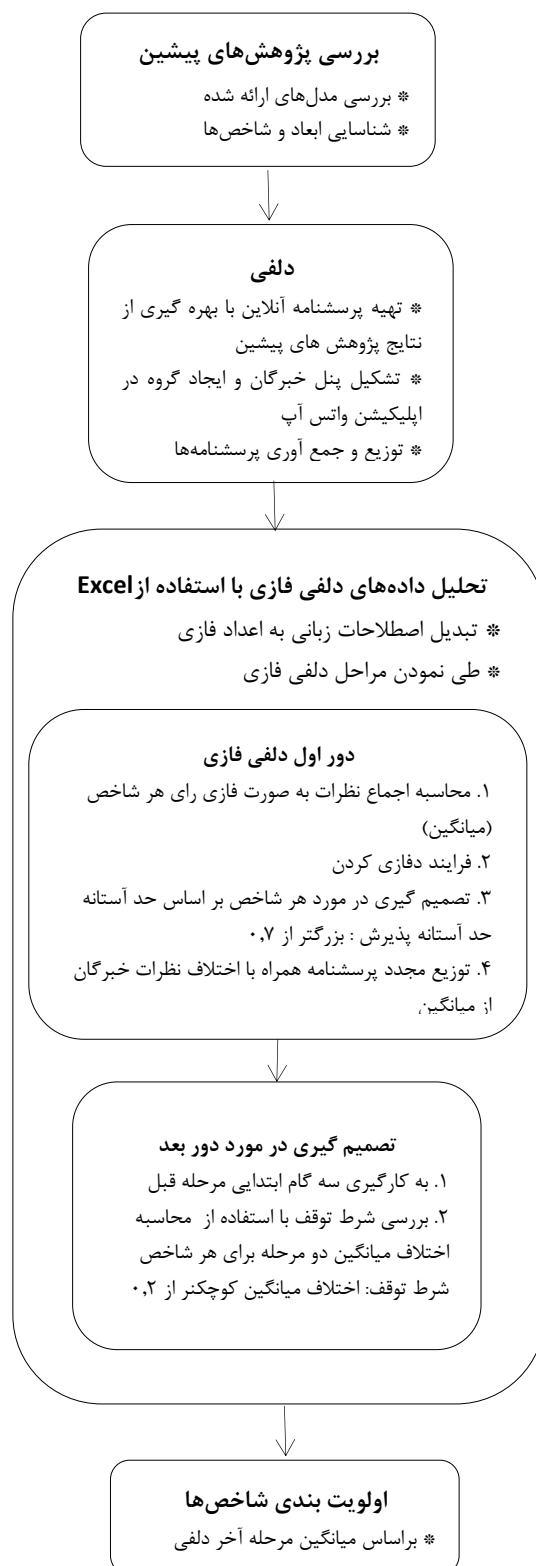
جمع‌آوری پاسخ‌ها، نتایج به صورت خلاصه در اختیار خبرگان قرار گرفت تا در دور بعدی نظرات خود را اصلاح کنند (حبیبی و همکاران، ۲۰۱۵).

پنل خبرگان این پژوهش متشکل از ۱۸ نفر شامل اساتید دانشگاه، مسئولان مراکز مردم‌نهاد فعال در روستا و فعالان حوزه کارآفرینی روستایی بودند که بر اساس چهار معیار دانش، تجربه، تمایل و زمان کافی انتخاب شدند. مشخصات دموگرافیک دقیق این افراد در جدول ۳ ارائه شده است. برای جمع‌آوری نظر خبرگان، پرسشنامه‌ها به صورت آنلاین و از طریق پلتفرم واتساپ در اردیبهشت ۱۴۰۳ توزیع شد. استفاده از این پلتفرم، امکان جمع‌آوری سریع و آسان نظرات خبرگان را فراهم کرده و در نتیجه، روند اجرای پژوهش تسریع شد.

جدول ۳. ویژگی‌های دموگرافیکی اعضای پنل خبرگان

فاز اجرا	مشخصات	گروه بندی	فراوانی	درصد فراوانی
مرحله اول دلفی فازی	تحصیلات	فوق لیسانس	۹	۵۰٪
		دکتری	۹	۵۰٪
	جنسیت	مذکر	۱۳	۷۲/۲٪
		مونث	۵	۲۷/۸٪
	سن	۳۰-۴۰	۵	۲۷/۷٪
		۴۱-۵۰	۷	۳۸/۹٪
۵۱-۶۰		۶	۳۳/۳۳٪	
مرحله دوم دلفی فازی	تحصیلات	فوق لیسانس	۵	۳۵/۷۱٪
		دکتری	۹	۶۴/۳۹٪
	جنسیت	مذکر	۱۰	۷۱/۴۳٪
		مونث	۴	۲۸/۵۷٪
	سن	۳۰-۴۰	۵	۳۵/۷۱٪
		۴۱-۵۰	۶	۴۲/۸۶٪
۵۱-۶۰		۳	۲۱/۴۳٪	

مدل اجرایی پژوهش حاضر به طور خلاصه در شکل ۱ آورده شده است.



شکل ۱. مدل اجرایی پژوهش حاضر

#### ۴. یافته‌ها

با توجه به نتایج حاصل از روش دلفی فازی دو مرحله‌ای، به توافق نظر قابل قبولی در خصوص اهمیت شاخص‌ها دست یافتیم. در هر دو مرحله، شاخص‌هایی که میزان توافق خبرگان در مورد آن‌ها کمتر از آستانه تعیین شده (۰,۷) بود، از تحلیل حذف شدند. این رویکرد تضمین می‌کند که تنها شاخص‌هایی که بیشترین توافق را در بین خبرگان داشته‌اند، در مدل نهایی مورد استفاده قرار می‌گیرند.

همانطور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، در مرحله اول، سه شاخص به دلیل عدم دستیابی به توافق کافی حذف شدند (ردیف های سبز). در مرحله دوم نیز، شش شاخص دیگر به همین دلیل از تحلیل حذف گردید (ردیف های قرمز). در نهایت، از مجموع ۳۸ شاخص اولیه، ۲۹ شاخص به عنوان شاخص‌های کلیدی و تأثیرگذار شناسایی شدند.

جدول ۴. اختلاف میانگین مرحله اول و دوم روش دلفی فازی

اولویت بندی	اختلاف میانگین	میانگین فازی زدایی شده مرحله دوم	میانگین فازی زدایی شده مرحله اول	میانگین فازی مرحله دوم	میانگین فازی مرحله اول	کد شاخص
۶	۰/۰۲	۰/۸۲	۰/۸۴	(۰/۵۹، ۰/۸۴، ۰/۹۶)	(۰/۶، ۰/۸۵، ۱)	A <sup>۱</sup>
۱۸	۰/۰۴	۰/۷۶	۰/۷۲	(۰/۵۲، ۰/۷۷، ۰/۹۶)	(۰/۴۷، ۰/۷۲، ۰/۹۴)	A <sup>۲</sup>
۱	۰/۰۵	۰/۸۸	۰/۸۳	(۰/۶۶، ۰/۹۱، ۱)	(۰/۶، ۰/۸۵، ۰/۹۸)	A <sup>۳</sup>
۲۰	۰/۰۳	۰/۷۴	۰/۷۱	(۰/۵، ۰/۷۵، ۰/۹۵)	(۰/۴۷، ۰/۷۲، ۰/۹)	Ba <sup>۱</sup>
			۰/۶۹		(۰/۴۴، ۰/۷، ۰/۹۱)	Ba <sup>۲</sup>
			۰/۶۸		(۰/۴۲، ۰/۶۸، ۰/۸۸)	Ba <sup>۳</sup>
	۰/۱۱	۰/۶۶	۰/۷۷	(۰/۴۳، ۰/۶۸، ۰/۸۸)	(۰/۵۴، ۰/۷۹، ۰/۹۳)	Ba <sup>۴</sup>
۹	۰/۰۸	۰/۸	۰/۷۲	(۰/۵۷، ۰/۸۲، ۰/۹۶)	(۰/۴۸، ۰/۷۳، ۰/۹۳)	Ba <sup>۵</sup>
۱۶	۰/۰۴	۰/۷۷	۰/۷۳	(۰/۵۴، ۰/۷۹، ۰/۹۶)	(۰/۵، ۰/۷۵، ۰/۹۱)	Ba <sup>۶</sup>
۱۲	۰/۰۸	۰/۷۹	۰/۷۱	(۰/۵۵، ۰/۸، ۰/۹۵)	(۰/۴۷، ۰/۷۲، ۰/۹۱)	Ba <sup>۷</sup>
	۰/۰۹	۰/۶۸	۰/۷۷	(۰/۴۲، ۰/۶۸، ۰/۸۷)	(۰/۵۳، ۰/۷۸، ۰/۹۶)	Ba <sup>۸</sup>
۲۴	۰/۱۳	۰/۷۲	۰/۸۵	(۰/۴۸، ۰/۷۳، ۰/۹۱)	(۰/۶۳، ۰/۸۸، ۰/۹۷)	Bb <sup>۱</sup>
۲۱	۰/۱۳	۰/۷۳	۰/۸۶	(۰/۴۸، ۰/۷۳، ۰/۹۵)	(۰/۶۳، ۰/۸۸، ۰/۹۸)	Bb <sup>۲</sup>
۲	۰/۰۲	۰/۸۵	۰/۸۷	(۰/۶۲، ۰/۸۷، ۱)	(۰/۶۵، ۰/۹، ۱)	Bb <sup>۳</sup>
۳	۰/۰۲	۰/۸۵	۰/۸۳	(۰/۶۱، ۰/۸۶، ۱)	(۰/۶، ۰/۸۵، ۰/۹۹)	Bb <sup>۴</sup>
۷	۰/۰۳	۰/۸۲	۰/۷۹	(۰/۵۹، ۰/۸۴، ۱)	(۰/۵۶، ۰/۸۱، ۰/۹۷)	Bb <sup>۵</sup>
۸	۰/۰۸	۰/۸۲	۰/۷۴	(۰/۵۹، ۰/۸۴، ۱)	(۰/۵، ۰/۷۵، ۰/۹۴)	Bb <sup>۶</sup>
	۰/۰۷	۰/۶۹	۰/۷۶	(۰/۴۵، ۰/۷، ۰/۸۹)	(۰/۵۳، ۰/۷۸، ۰/۹۶)	Bb <sup>۷</sup>
۱۴	۰/۰۱	۰/۷۷	۰/۷۸	(۰/۰، ۰/۵۴/۷۹، ۰/۹۵)	(۰/۵۶، ۰/۸، ۰/۹۴)	Bb <sup>۸</sup>
۱۷	۰/۰۱	۰/۷۶	۰/۷۵	(۰/۵۲، ۰/۷۷، ۰/۹۶)	(۰/۵۳، ۰/۷۶، ۰/۹۱)	Bb <sup>۹</sup>
۲۸	۰/۰۷	۰/۷	۰/۷۷	(۰/۴۶، ۰/۷۱، ۰/۹۱)	(۰/۵۴، ۰/۷۹، ۰/۹۴)	Bb <sup>۱۰</sup>
			۰/۶۲		(۰/۴، ۰/۶۳، ۰/۸۴)	Bb <sup>۱۱</sup>
۲۶	۰/۰۲	۰/۷۲	۰/۷۴	(۰/۴۸، ۰/۷۳، ۰/۹۱)	(۰/۵، ۰/۷۵، ۰/۹۴)	Bb <sup>۱۲</sup>

	۰/۱۱	۰/۶۹	۰/۸۱	(۰/۴۵، ۰/۷، ۰/۸۸)	(۰/۵۷، ۰/۸۲، ۰/۹۷)	Bb <sup>۱۳</sup>
۲۷	۰	۰/۷۲	۰/۷۲	(۰/۴۸، ۰/۷۳، ۰/۹۳)	(۰/۵۰، ۰/۷۳، ۰/۹۱)	CI
۱۰	۰/۰۳	۰/۸	۰/۷۷	(۰/۵۷، ۰/۸۲، ۰/۹۳)	(۰/۵۶، ۰/۷۹، ۰/۹۱)	C <sup>۲</sup>
۱۵	۰/۰۲	۰/۷۷	۰/۷۵	(۰/۵۴، ۰/۷۹، ۰/۹۳)	(۰/۵۳، ۰/۷۶، ۰/۹۳)	C <sup>۳</sup>
۲۲	۰/۰۱	۰/۷۳	۰/۷۲	(۰/۵، ۰/۷۵، ۰/۹۱)	(۰/۵، ۰/۷۴، ۰/۹)	C <sup>۴</sup>
۲۵	۰/۰۳	۰/۷۲	۰/۷۵	(۰/۴۸، ۰/۷۳، ۰/۸۹)	(۰/۵۳، ۰/۷۶، ۰/۹۳)	C <sup>۵</sup>
	۰/۰۶	۰/۶۹	۰/۷۵	(۰/۴۳، ۰/۷، ۰/۸۸)	(۰/۵۳، ۰/۷۶، ۰/۹)	C <sup>۶</sup>
	۰/۱	۰/۶۹	۰/۷۵	(۰/۴۶، ۰/۶۹، ۰/۹)	(۰/۵۷، ۰/۸۱، ۰/۹۱)	C <sup>۷</sup>
۲۹	۰/۰۵	۰/۷	۰/۷۴	(۰/۴۵، ۰/۷۱، ۰/۸۹)	(۰/۵، ۰/۷۵، ۰/۹۳)	C <sup>۸</sup>
۴	۰/۰۳	۰/۸۴	۰/۸۷	(۰/۶۴، ۰/۷۸، ۰/۹۷)	(۰/۶۵، ۰/۹، ۰/۹۸)	C <sup>۹</sup>
۲۳	۰/۰۶	۰/۷۳	۰/۷۹	(۰/۵، ۰/۷۵، ۰/۸۹)	(۰/۵۷، ۰/۸، ۰/۹۷)	C <sup>۱۰</sup>
۱۳	۰/۰۶	۰/۷۸	۰/۷۲	(۰/۵۵، ۰/۸، ۰/۹۶)	(۰/۴۸، ۰/۷۳، ۰/۹۴)	D <sup>۱</sup>
۱۹	۰/۰۳	۰/۷۵	۰/۷۲	(۰/۵۲، ۰/۷۷، ۰/۹۳)	(۰/۴۸، ۰/۷۳، ۰/۹۳)	D <sup>۲</sup>
۱۱	۰/۰۱	۰/۷۹	۰/۸	(۰/۵۵، ۰/۸، ۰/۹۸)	(۰/۵۶، ۰/۸۱، ۰/۹۷)	D <sup>۳</sup>
۵	۰/۰۴	۰/۸۴	۰/۸	(۰/۶۱، ۰/۸۶، ۰/۹۸)	(۰/۵۷، ۰/۸۲، ۰/۹۷)	D <sup>۴</sup>

مطالعه حاضر با هدف شناسایی شاخص های مؤثر بر ارزیابی ایده های کارآفرینی روستایی، به بررسی جامع ادبیات و اجرای مصاحبه های دلفی فازی با خبرگان پرداخت. نتایج حاصل از اجرای دو مرحله ای دلفی فازی، تأثیرگذاری ۲۹ شاخص از مجموع ۳۸ شاخص استخراج شده از ادبیات را تأیید نمود.

یافته های پژوهش حاضر بر اهمیت شاخص های کلیدی در ارزیابی ایده های کارآفرینی روستایی تأکید دارند. سودمندی ایده برای روستا با امتیاز ۰/۸۸ به عنوان مهم ترین شاخص شناخته شد. این شاخص بر تأثیر مثبت ایده ها در حل مشکلات و نیازهای جامعه روستایی تمرکز دارد. مطالعات پیشین نیز این موضوع را تأیید کرده اند؛ به عنوان مثال، پژوهش سانتوس و بارت<sup>۱</sup> (۲۰۱۰) بر این موضع تأکید داشت که در مناطق روستایی، بسیاری از فرصت های کارآفرینی از طریق تعامل فعال کارآفرینان با محیط (مانند نیازهای محلی، محدودیت منابع، یا فرهنگ بومی) خلق می شوند، نه صرفاً از طریق شناسایی شکاف های بازار. بنابراین ایده های کارآفرینانه برای موفقیت در محیط روستایی باید کاربردی و هدفمند باشند.

علاوه بر این، درک نیاز بازار (۰/۸۵) و شناسایی دقیق بازار هدف (۰/۸۴) از دیگر عوامل کلیدی شناسایی شدند. نتایج این پژوهش با تحقیقات کورسگارد و همکاران (۲۰۱۵) که نشان دادند تطابق محصول با نیازهای محلی ۴۰ درصد احتمال بقای کسب و کارهای روستایی را افزایش می دهد، همسو است. همچنین، مطالعه آندرسون و آبنگ<sup>۲</sup> (۲۰۱۷) تأیید می کند که ۶۵ درصد شکست کسب و کارهای روستایی ناشی از عدم تطابق محصول با ترجیحات محلی و ۳۵ درصد به دلیل برنامه ریزی نادرست برای دسترسی به بازار است. این شواهد علمی به وضوح بر اهمیت تحلیل دقیق بازار و برنامه ریزی استراتژیک برای شناسایی مشتریان هدف در محیط های روستایی تأکید دارند.

مشارکت اجتماعی (۰/۸۴) نیز به عنوان عاملی مهم در موفقیت ایده های کارآفرینی روستایی تأیید شد. در همین راستا مطالعات فرناندر-سرانو<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۱۹) اذعان دارد که مشارکت فعال جامعه محلی می تواند انگیزه و مسئولیت پذیری افراد را افزایش دهد، که در نهایت باعث بهبود اجرای ایده ها می شود.

این یافته ها تأکید دارند که بدون حمایت و تعامل فعال روستاییان، بسیاری از طرح های کارآفرینی به نتیجه مطلوب نمی رسند.

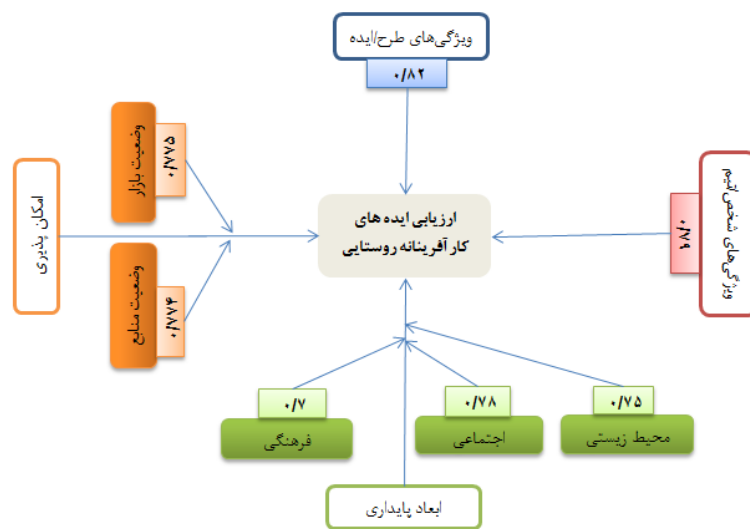
<sup>1</sup> Santos & Barrett

<sup>2</sup> Anderson and Obeng

<sup>3</sup> Fernández-Serrano

یکی دیگر از شاخص‌های برجسته، سازگاری تیم نوآور (۰,۸۴) با هدف ایده تأثیر قابل توجهی در موفقیت کسب‌وکارهای روستایی دارد. گیماه و لوسیر (۲۰۲۱) نیز تأکید کرده‌اند که ترکیب تیمی با مهارت‌های تخصصی و دانش مرتبط با حوزه فعالیت، منجر به مدیریت بهتر منابع و تصمیم‌گیری‌های مؤثرتر می‌شود و تأثیر بسزایی در رشد و پایداری کسب‌وکارها دارد.

در نهایت با محاسبه میانگین امتیازات در هر بعد، نتایج حاصل به صورت نموداری در شکل ۲ نمایش داده شده است. این نمودار نشان می‌دهد که ویژگی‌های ایده با کسب بالاترین امتیاز (۰,۸۲) به عنوان مهم‌ترین عامل در موفقیت ایده‌های کارآفرینی روستایی شناخته شده است. این بدین معناست که یک ایده کارآفرینانه برای آنکه در محیط روستایی موفق باشد، باید از نوآوری، خلاقیت و قابلیت تجاری‌سازی بالایی برخوردار باشد و به طور مستقیم به حل مشکلات و نیازهای جامعه روستایی بپردازد. در کنار ویژگی‌های ایده، وجود تیمی قوی و متخصص (۰,۷۹)، امکان‌سنجی دقیق ایده (۰,۷۷) و توجه به پایداری آن (۰,۷۵) نیز از اهمیت بالایی برخوردار است.



شکل ۲. میانگین نظرات خبرگان در مورد چهار بعد اصلی

## ۵. نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادات:

این پژوهش با بهره‌گیری از روش دلفی فازی و مشارکت ۱۸ خبره متخصص، موفق به شناسایی و اولویت‌بندی ۲۹ شاخص کلیدی از میان ۳۸ شاخص اولیه در چهار بعد اصلی شد. یافته‌ها نشان داد بعد «ویژگی‌های ایده» مهم‌ترین بعد و شاخص «سودمندی ایده» را کسب کرد. نتایج حاکی از آن است که موفقیت یک ایده کارآفرینانه برای جامعه روستایی «بالاترین اولویت در بین شاخص در محیط‌های روستایی تا حد زیادی وابسته به میزان تأثیرگذاری و کاربردی بودن آن برای جامعه محلی است. همچنین، ابعاد «امکان‌پذیری منابع»، «پایداری زیست‌محیطی-اجتماعی» و «ویژگی‌های تیم اجرایی» به ترتیب در مراحل بعدی اهمیت قرار گرفتند. این مطالعه با ترکیب روش‌های کیفی و کمی و با اتکا به نظر خبرگان، چارچوبی نظام‌مند از شاخص‌ها برای ارزیابی ایده‌های کارآفرینی در مناطق روستایی ارائه می‌دهد که می‌تواند مبنای تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران، سیاست‌گذاران و کارآفرینان قرار گیرد. براساس یافته‌ها، این پژوهش پیشنهاداتی به شرح ذیل برای کارآفرینان روستایی، سیاست‌گذاران و پژوهشگران ارائه می‌کند.

### پیشنهاداتی برای کارآفرینان روستایی

۱. نیازسنجی محلی و طراحی ایده‌های مسئله‌محور:

- برگزاری جلسات گفت‌وگو با روستاییان برای شناسایی چالش‌های اصلی (مانند اشتغال، دسترسی به خدمات، یا ضعف زنجیره ارزش محصولات محلی).

- استفاده از ابزارهایی مانند نظرسنجی یا مصاحبه برای ارزیابی دقیق تقاضای بازار.

۲. مدل‌های مشارکتی و تیم‌سازی:

- توسعه تعاونی‌ها یا کسب‌وکارهای جمعی برای افزایش مالکیت محلی.
- تشکیل تیم‌های متشکل از افراد با مهارت‌های مکمل (تولید، بازاریابی، فناوری) و علاقه‌مند به توسعه روستا.
- ۳. توجه به پایداری زیست‌محیطی:
- طراحی مدل‌هایی که از منابع محلی بهره‌برداری پایدار می‌کنند (مانند کشاورزی ارگانیک یا گردشگری سبز).

#### پیشنهاداتی برای سیاست‌گذاران و نهادهای حمایتی

۱. حمایت مالی هدفمند:
  - اختصاص تسهیلات کم‌بهره یا کمک‌های بلاعوض به ایده‌هایی که شاخص‌های کلیدی این پژوهش (مانند سودمندی اجتماعی، مشارکت محلی) را دارند.
  - ایجاد صندوق‌های ضمانت برای تسهیل دسترسی به منابع مالی.
۲. برنامه‌های آموزشی و توانمندسازی:
  - برگزاری دوره‌های آموزشی در حوزه‌های بازاریابی روستایی، مدیریت مشارکتی، و فناوری‌های مناسب روستایی.
  - توسعه اکوسیستم کارآفرینی از طریق راه‌اندازی مراکز مشاوره تخصصی در روستاها.
۳. توسعه زیرساخت‌های بازار و توزیع:
  - ایجاد پلتفرم‌های دیجیتال برای فروش محصولات روستایی (مانند بازارگاه‌های آنلاین).
  - همکاری با فروشگاه‌های زنجیره‌ای برای عرضه محصولات محلی.
۴. سیاست‌گذاری مبتنی بر شواهد:
  - تدوین استانداردهای ارزیابی ایده‌های کارآفرینی روستایی بر اساس شاخص‌های شناسایی شده در این پژوهش.

#### پیشنهاداتی برای پژوهش‌های آینده

۱. ارزیابی بلندمدت شاخص‌ها:
  - مطالعه موفقیت یا شکست کسب‌وکارهای روستایی در بازه‌های ۵ تا ۱۰ ساله برای سنجش پایداری تأثیر شاخص‌ها.
۲. مطالعات تطبیقی:
  - مقایسه اهمیت شاخص‌ها در روستاهای با شرایط جغرافیایی، اقتصادی، و فرهنگی متفاوت (مانند مناطق کوهستانی، مرزی، یا کشاورزی).
۳. توسعه مدل‌های کمی:
  - استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) یا شبکه‌های عصبی مصنوعی برای تحلیل روابط بین شاخص‌ها.
  - به‌کارگیری تکنیک‌های تصمیم‌گیری چندشاخصه (مانند ANP، AHP، یا BWM) برای وزن‌دهی و اولویت‌بندی عوامل.

## ۶. منابع

- خسروی، ا.، نادری، ن.، رضایی، ن.، و پورجمشیدی، ن. (۱۴۰۳). ارائه یک مدل پارادایمیک برای توسعه رفتار کارآفرینانه در میان زنان کارآفرین روستایی (مطالعه موردی: زنان کارآفرین روستایی شهرستان روانسر). پژوهش‌های کارآفرینی و نوآوری، ۳(۱)، ۷۷-۹۴.
- سلیمانی، ع.، یعقوبی فرانی، ا.، و کریمی، س. (۱۴۰۰). طراحی مدل توسعه کارآفرینی پایدار در کسب‌وکارهای نواحی روستایی همدان. اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۱۰(۳۶)، ۴۹-۷۸.
- شهبازی، ح. ر. (۱۴۰۱). کارآفرینی کشاورزی راهبردی در توسعه پایدار روستایی. جغرافیا و روابط انسانی، ۵(۲)، ۲۴۳-۲۴۸.
- فردوسی، س.، فرجی سبکبال، ح.، دربان آستانه، ع.، و خانی، ف. (۱۴۰۱). ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در نواحی روستایی و نقش دولت در ارتقای آن. پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۱(۵۴)، ۲۳۵-۲۵۱.

- کنگرانی، م. (۱۳۸۵). چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴ هجری شمسی و سیاست‌های کلی برنامه چهارم توسعه. تهران: جمال‌الحق.
- مبینی دهکردی، ع.، یدالهی فارسی، ج.، سخدری، ک.، و خالقی، آ. (۱۳۹۷). شناسایی معیارهای ارزیابی فرصت در شتاب‌دهنده‌ها. مدیریت توسعه فناوری، ۶(۲)، ۱-۲۰.
- ورمزیاری، ح.، و ایمانی، ح. (۱۳۹۶). تحلیل تاب‌آوری کسب‌وکارهای روستایی در شهرستان ملکان. فصلنامه علمی-پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۹(۳)، ۴۸۷-۵۰۶.
- یدالهی فارسی، ج.، حسینی‌نیا، غ.، و اسداللهی، م. (۱۳۹۳). بررسی معیارهای مؤثر بر ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در صنایع غذایی ارگانیک. راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، ۱(۱)، ۱-۱۰.
- Anderson, A. R., & Obeng, B. A. (2017). *Enterprise as socially situated in a rural poor fishing community*. Journal of Rural Studies, 49, 23–31. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2016.11.015>
- Ansari, B., Mirdamadi, S. M., Zand, A., & Arfaee, M. (2013). *Sustainable entrepreneurship in rural areas*. Research Journal of Environmental and Earth Sciences, 5(1), 26–31. <https://doi.org/10.19026/rjees.5.5635>  
[researchgate.net+3journals.nasspublishing.com+3orbi.uliege.be+3semanticscholar.org+6researchgate.net+6journals.nasspublishing.com+6](https://researchgate.net+3journals.nasspublishing.com+3orbi.uliege.be+3semanticscholar.org+6researchgate.net+6journals.nasspublishing.com+6)
- Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2003). *A theory of entrepreneurial opportunity identification and development*. Journal of Business Venturing, 18(1), 105–123. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(01\)00068-4](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(01)00068-4) [sciencedirect.com+9experts.umn.edu+9scirp.org+9](https://www.sciencedirect.com+9experts.umn.edu+9scirp.org+9)
- Astner, H., & Roos, A. (2024). *Approaching the rural—Uncovering rural context in entrepreneurship*. The International Journal of Entrepreneurship and Innovation.
- Atherton, A. (2007). *Preparing for business start-up: “pre-start” activities in the new venture creation dynamic*. Journal of Small Business and Enterprise Development.
- Aulet, B. (2024). *Disciplined Entrepreneurship: 24 Steps to a Successful Startup, Expanded & Updated*. John Wiley & Sons.
- Bennett, V. M., & Chatterji, A. K. (2023). *The entrepreneurial process: Evidence from a nationally representative survey*. Strategic Management Journal, 44(1), 86–116.
- Caporale, D., Sangiorgio, V., Amodio, A., & De Lucia, C. (2020). *Multi-criteria and focus group analysis for social acceptance of wind energy*. Energy Policy, 140, 111387. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2020.111387>
- Cheng, C. H., & Lin, Y. (2002). *Evaluating the best main battle tank using fuzzy decision theory with linguistic criteria evaluation*. European Journal of Operational Research, 142(1), 174–186. [https://doi.org/10.1016/S0377-2217\(01\)00252-4](https://doi.org/10.1016/S0377-2217(01)00252-4)
- Cortez Gomes, J., de Lima Silva, T., Nogueira Rêgo, L., de Oliveira Ferreira, P., & Orestes Aguirre González, M. (2020). *Evaluation of Ideas in the Crowdsourcing process for product innovation*. DS 101: 2020, 12th Proceedings of NordDesign, Lyngby, Denmark.
- English, J. (2007). *Innovation Development Early Assessment System*. In J. English, Exploring management, economic and finance implication of globalising environment (pp. 215–226). Australian Academic Press.
- Farsi, J. Y., Azizi, M., Mohammadkazemi, R., & Ziya, B. (2019). *Identifying factors of fitness between business model and entrepreneurial opportunity for effective opportunity exploitation*. Revista Gestão & Tecnologia, 19(5), 71–86.
- Fernández-Serrano, J., Martínez-Román, J. A., & Romero, I. (2019). *The entrepreneur in the regional innovation system: A comparative study for high- and low-income regions*. Entrepreneurship & Regional Development, 31(5–6), 337–356.

- Gerlach, S., & Brem, A. (2017). *Idea management revisited: A review of the literature and guide for implementation*. International Journal of Innovation Studies, 1(2), 144–161.
- Gyimah, P., & Lussier, R. N. (2021). *Rural entrepreneurship success factors: An empirical investigation in an emerging market*. Journal of Small Business Strategy, 31(4), 5–19.
- Habibi, A., Jahantigh, F. F., & Sarafrazi, A. (2015). *Fuzzy Delphi technique for forecasting and screening items*. Asian Journal of Research in Business Economics and Management, 5(2), 130–143.
- Hsu, Y. L., Lee, C. H., & Kreng, V. B. (2010). *The application of Fuzzy Delphi Method and Fuzzy AHP in lubricant regenerative technology selection*. Expert Systems with Applications, 37(1), 419–425.
- Human, S. E., Clark, T., Baucus, M. S., & Eustis, A. C. (2004). *Idea or prime opportunity? A framework for evaluating business ideas for new and small ventures*. Journal of Small Business Strategy, 1, 59–80.
- Jamali, B., MohammadKazemi, R., Farsi, J. Y., & Dehkordi, A. M. (2018). *The study on the theories' gap of technological entrepreneurship opportunities emergence*. International Business Research, 11(2), 79–88.
- Jamali, B., MohammadKazemi, R., Farsi, J., & Dehkordi, A. (2018). *Theories of opportunity creation and effective entrepreneurial actions in opportunity creation context*. Decision Science Letters, 7(4), 443–454.
- Kaushik, V., & Tewari, S. (2023). *Modeling Opportunity Indicators Fostering Social Entrepreneurship: A Hybrid Delphi and Best-Worst Approach*. Social Indicators Research, 168, 667–698.
- Knotts, T. L., Jones, S. C., & Udell, G. G. (2009). *Innovation evaluation and product marketability*. Marketing Management Journal, 19(2), 84–90.
- Korsgaard, S., Müller, S., & Tanvig, H. W. (2015). *Rural entrepreneurship or entrepreneurship in the rural – between place and space*. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 21(1), 5–26.
- Kumar, M., Memon, S., & Çavus, M. (2021). *Factors influencing individualistic entrepreneurial orientation*. International Journal of Business and Administrative Studies, 6(5), 225–235.
- Kuratko, D. F. (2016). *Entrepreneurship: Theory, process, and practice*. Cengage Learning. (Book – no DOI)
- Lora, H. (2020). *Strategies for Improving Rural Small Startup Business Owners Success to Prevent Closures* (Doctoral dissertation, Walden University).
- Mahmood, T. M., Ibrahim, M. D., & Al Mamun. (2018). *Components of the Entrepreneurial Process: Navigating the Pre-Start-up Phase*. Proceedings of the 6th International Seminar on Entrepreneurship and Business (pp. 519–529). Kota Bharu, Kelantan.
- Mamoudan, M. M., Forouzanfar, D., Mohammadnazari, Z., Aghsami, A., & Jolai, F. (2021). *Factor identification for insurance pricing mechanism using data mining and multi criteria decision making*. Journal of Ambient Intelligence and Humanized Computing.
- Masoomi, E., & Rezaei-Moghaddam, K. (2024). *Opportunity-based conceptualization of rural entrepreneurship*. Journal of Global Entrepreneurship Research, 14, 43.
- Mirtalaie, M. A., Hussain, O. K., Chang, E., & Hussain, F. K. (2017). *A decision support framework for identifying novel ideas in new product development from cross-domain analysis*. Information Systems, 59–80.
- Mohammadrezai, M., Sarlak, M. A., & Faghihi, A. (2021). *Provide a model to evaluate the productivity of knowledge workers using the Fuzzy Delphi Method and the Best-Worst Fuzzy Method: A case study of knowledge-based companies*. Organizational Culture Management, 19(2), 377–404.
- Powell, C. (2003). *The Delphi technique: myths and realities*. Journal of Advanced Nursing, 41(4), 376–382.

- Raskhi, B., Ghanbari Mohad, R., & Alibeigi, A. (2016). *Analysis of failure costs of rural entrepreneurs in Kermanshah*. *Rural Research*, 8(2), 178–193.
- Rezaei Moghadam, K., & Masoumi, E. (2018). *Sustainable rural entrepreneurship: a response to the consequences of the boundless development of entrepreneurship in rural areas*. *Entrepreneurship Studies and Sustainable Agricultural Development*, 83–104.
- Salehi Kakhki, M., Jahani, M., & Ghanbarzadeh, H. (2019). *Identification and prioritization of factors affecting the creation of rural entrepreneurship opportunities in Iran*. *Journal of Research and Rural Planning*, 8(4), 69–90.
- Santos, P., & Barrett, C. B. (2010). *Identity, interest and information search in a dynamic rural economy*. *World Development*, 38(12), 1788–1796. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2010.06.012>
- Sarango-Lalangui, P., Santos, J. L., & Hormiga, E. (2018). *The development of sustainable entrepreneurship research field*. *Sustainability*, 10(6). <https://doi.org/10.3390/su10062041>
- Sequeira, R. R. (2020). *Factors Affecting Rural Entrepreneurship*. *International Journal of Research in Engineering, Science and Management*, 3(8), 239–240.
- Smith, B. R., Kickul, J. R., & Wilson, F. (2010). *Entrepreneurial opportunity evaluation: a discrete choice analysis of financial and social entrepreneurial opportunity attributes*. *Values and Opportunities in Social Entrepreneurship*, 121–140.
- Sojasi Qeidari, H., Shayan, H., & Hosseini Kahnouj, S. R. (2018). *Identifying Factors Affecting Entrepreneurs' Local Business Defeat by Fundamental Theory and Futuristic Approach*. *MJSP*, 22(1), 154–186.
- Soleymani, A. F., Azadi, H., Nadiri, H., & Scheffran, J. (2021). *Identifying sustainable rural entrepreneurship indicators in the Iranian context*. *Journal of Cleaner Production*, 290, 125186. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.125186>
- Tabares, A., Londoño-Pineda, A., Cano, J. A., & Gómez-Montoya, R. (2022). *Rural Entrepreneurship: An Analysis of Current and Emerging Issues from the Sustainable Livelihood Framework*. *Economies*, 10(6), 142. <https://doi.org/10.3390/economies10060142>
- Timmons, J. A., Spinelli, S., & Tan, Y. (2004). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*. McGraw-Hill/Irwin.
- Walia, C. (2019). *A dynamic definition of creativity*. *Creativity Research Journal*, 31(3), 237–247. <https://doi.org/10.1080/10400419.2019.1631166>
- Yazdani, R., Khairandish, M., Mohammadi Khayareh, M., & Amini, H. (2017). *The impact of innovation on rural development with an emphasis on the mediating role of rural entrepreneurship (a case study of North Khorasan)*. *Rural Development Strategies*, 5(4), 441–453.
- Yin, X., Chen, J., & Li, J. (2019). *Rural innovation system: Revitalize the countryside for a sustainable development*. *Journal of Rural Studies*.
- Zargosh, A., & Mozafari, M. (2014). *The role of entrepreneurship in the realization of sustainable rural employment, an effective step in the implementation of vision document 1404*. *Work and Society*, 187.