



IlamUniversity



Analysis of Agricultural Entrepreneurship Ecosystem in Kermanshah County

Rezvan Ghanbari Movahed^{1✉}

1. Corresponding Author, Department of Agricultural economics and Rural Development, Faculty of Agriculture, Lorestan University, Khorramabad, Iran. E-mail: rghanbari21@gmail.com

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:
Received: 19. 10. 2022
Revised: 30. 11. 2022
Accepted: 30. 11. 2022

Keywords:
Agriculture Entrepreneurship,
Rural Entrepreneurship,
Entrepreneurship Ecosystem,
Systems Thinking.

ABSTRACT

This mixed study was conducted to analyze the agricultural entrepreneurship ecosystem in Kermanshah County. The statistical population consisted of three groups: agricultural entrepreneurs, rural communities, and managers of banks and financial institutions, who were sampled by simple randomization and three-stage cluster sampling methods. Data were collected using a questionnaire, semi-structured interviews, and a focus group. According to the results, in the policy subsystem, many dimensions of the entrepreneurial ecosystem have not been considered in Iran's macro documents. In the financial subsystem, entrepreneurs have faced many problems in accessing the required financial capital. Social capital is good for male entrepreneurs but low for female entrepreneurs. In the subsystem of human capital, the educational status and entrepreneurial experience of entrepreneurs were desirable, but entrepreneurs were weak in some entrepreneurial competencies. Culture is not supportive of entrepreneurial activity and sometimes even acts as a barrier. In the supportive sector, the level of awareness of entrepreneurs and their satisfaction regarding various support organizations (public and private) and the services provided by them was low. Also, in the market dimension, agricultural entrepreneurs faced political, technical, and economical obstacles. In total, the agricultural entrepreneurship ecosystem is not desirable in Kermanshah County. Therefore, for the optimum performance of the agricultural entrepreneurship ecosystem in this county, all subsystems are recommended to grow together in order to improve the capability of the ecosystem through synergy.

Cite this article: Ghanbari Movahed, R. (2022). Analysis of Agricultural Entrepreneurship Ecosystem in Kermanshah County. *Journal of Entrepreneurship Research*, 1 (1), 67-86.



DOI: [10.22034/JER.2022.698000](https://doi.org/10.22034/JER.2022.698000)
© The Author(s).

Publisher: Ilam University Press.

واکاوی اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی در شهرستان کرمانشاه

رضوان قنبری موحد^۱ ✉

۱. نویسنده مسئول، گروه اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه لرستان، خرم‌آباد، ایران. رایانامه: rghanbari21@gmail.com

چکیده

اطلاعات مقاله

این مطالعه آمیخته باهدف واکاوی اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی در شهرستان کرمانشاه انجام شد. جامعه آماری پژوهش سه گروه از کارآفرینان کشاورزی، جامعه روستایی و مدیران بانک‌ها و مؤسسات مالی بودند که برای انتخاب نمونه‌ها در هر گروه از روش‌های نمونه‌گیری تصادفی ساده، خوشه‌ای سه‌مرحله‌ای و همگون استفاده شد. داده‌ها با استفاده از پرسش‌نامه، مصاحبه‌های نیمه‌ساختارمند و گروه بحث متمرکز جمع‌آوری شدند. بر اساس نتایج، در زیرسیستم سیاسی- در اسناد کلان کشور- به بسیاری از ابعاد اکوسیستم کارآفرینی توجه نشده است، در زیرسیستم مالی، کارآفرینان با مشکلاتی عدیده‌ای در تأمین سرمایه مالی موردنیاز خود روبرو بوده‌اند. وضعیت سرمایه اجتماعی مردان کارآفرین خوب، اما میزان سرمایه اجتماعی زنان کارآفرین کم است. در بعد سرمایه انسانی، وضعیت تحصیلی و تجربه کارآفرینان مطلوب بود، اما کارآفرینان در رابطه با برخی از شایستگی‌های کارآفرینانه، ضعیف بودند. از لحاظ فرهنگی، فرهنگ موجود حامی فعالیت‌های کارآفرینانه نیست و در برخی موارد حتی به‌صورت مانع عمل می‌کند. در بخش حمایتی، میزان سطح آگاهی کارآفرینان و رضایت آن‌ها در رابطه با انواع سازمان‌های حمایتی (دولتی و غیردولتی) و خدمات ارائه شده از سوی آن‌ها پایین بود. در رابطه با بازار نیز کارآفرینان کشاورزی با موانع سیاسی، فنی و اقتصادی روبرو بودند. در مجموع اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی شهرستان کرمانشاه از وضعیت مطلوبی برخوردار نبود؛ بنابراین، توصیه می‌گردد جهت عملکرد مطلوب اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی شهرستان کرمانشاه، تمامی زیرسیستم‌ها در کنار یکدیگر رشد کنند و تقویت شوند تا از طریق هم‌افزایی توانایی اکوسیستم را افزایش دهند.

نوع مقاله:

مقاله علمی- پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۷/۲۷

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۰۹/۰۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۹/۰۹

کلیدواژه‌ها:

کارآفرینی کشاورزی،

کارآفرینی روستایی،

زیست‌بوم کارآفرینی،

تفکر سیستمی.

استناد: قنبری موحد، رضوان. (۱۴۰۱). واکاوی اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی در شهرستان کرمانشاه. *مجله پژوهش‌های کارآفرینی*، ۱ (۱)، ۸۶-۶۷.

DOI: 10.22034/JER.2022.698000



© نویسندگان.

ناشر: انتشارات دانشگاه ایلام.

مقدمه

در کشور ایران بخش کشاورزی از نظر تأمین مواد غذایی، مواد اولیه و هم‌چنین، سرمایه مورد نیاز توسعه اقتصادی، اهمیت ویژه‌ای دارد؛ زیرا تأمین ۵۵ درصد نیازهای غذایی جامعه، ۱۲ درصد از تولید ناخالص داخلی، ۲۰ درصد سطح اشتغال و میزان قابل توجهی از صادرات غیرنفتی مربوط به این بخش است (Shiri & Jafari-Sadeghi, 2022). اما عواملی از قبیل تصدی‌گری‌های ناکارآمد دولتی، اراضی کوچک و قطعه‌قطعه، مشکلات اکولوژیکی و اقلیمی، میانگین سنی بالا و سطح سواد پایین تولیدکنندگان و فقدان ساختار مناسب بازار به‌ویژه در نظام بازاری رسانی محصولات باعث شده تا این بخش با وجود پتانسیل‌های بالایی که دارد نتواند کمک قابل توجهی به رشد اقتصادی کشور و اشتغال‌زایی نماید (موحدی و یعقوبی، ۱۳۹۱). در این راستا، توسعه بخش کشاورزی نیاز ضروری پیشرفت و توسعه اقتصادی کشور است و چنانچه عوامل تولید در بخش کشاورزی که عمده آن‌ها عبارت‌اند از: نیروی انسانی، زمین، آب، سرمایه، و غیره با مشکلاتی مواجه باشند، نه‌تنها این بخش به توسعه لازم نمی‌رسد؛ بلکه سایر بخش‌های اقتصادی نیز به توسعه لازم دست نخواهند یافت (ریاحی و نوری، ۱۳۹۳)؛ بنابراین، سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و متخصصان بخش کشاورزی معتقدند که به‌خاطر تحولات فوق، یک دگرگونی ساختاری در شیوه‌های کنونی تولید کشاورزی لازم بوده و کشاورزی مبتنی بر بازار در چارچوب توسعه پایدار، راهبردی اساسی برای توسعه کشاورزی به‌شمار می‌رود. برای این منظور کشاورز باید فرصت‌شناس بوده و نیازهای مشتری را به‌درستی شناسایی و سپس راهبرد لازم را در جهت برآوردن این نیازها طراحی و اجرا نماید. به‌عبارت‌دیگر، کشاورز امروز باید یک کارآفرین باشد (اسکندری، ۱۳۸۵)؛ بنابراین توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی ضرورتی راهبردی برای مقابله با چالش‌های نوظهور پیشروی توسعه کشاورزی محسوب می‌شود.

در سال‌های اخیر به‌رغم تلاش‌هایی که در جهت توسعه کارآفرینی و خصوصی‌سازی در بخش کشاورزی انجام شده است، در عمل رشد مناسب و پایداری در زمینه توسعه کارآفرینی و کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در بخش کشاورزی کشور مشاهده نمی‌شود؛ بنابراین، این پرسش مطرح می‌شود که چرا به‌رغم اهتمام مسئولان کشور و تأکید برنامه‌های توسعه اقتصادی کشور در زمینه خصوصی‌سازی شرکت‌های دولتی و توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی، هنوز پیشرفت چشمگیری مشاهده نمی‌گردد. در پاسخ به این پرسش باید اذعان داشت که نظام ملی توسعه کارآفرینی در کشور ایران از فقدان رهیافتی جامع‌نگر رنج می‌برد. تنها تشویق یکسری از افراد به سمت کارآفرینی و حمایت مراکز رشد برای ترویج کارآفرینی کافی نیست. توسعه کارآفرینی در جوامع نیازمند آمادگی زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی، همکاری نظام‌های آموزشی، ساختارهای اداری و مالی و سایر سازوکارهای حمایتی است (قمبرعلی و همکاران، ۱۳۹۳). بسیاری از کارآفرینان در ایران با موانعی نظیر دگرگونی سیاست‌های دولت و به‌کارگیری سیاست‌های سلیقه‌ای، ناسالم بودن محیط کسب‌وکار، بی‌ثباتی مدیران و کارفرمایان دولتی، وجود قوانین نامناسب و غیرحمایتی، نبود اطمینان محیطی، فقدان زیرساخت‌های تجاری، عدم حمایت هنجارهای اجتماعی و فرهنگی از کارآفرینی، نامناسب بودن بازار، بهره‌برداری و وام‌های بانکی و غیره روبرو هستند (سخته و کریمی، ۱۳۹۷) که فضای نامساعد کسب‌وکار را پیشروی آن‌ها قرار داده است؛ لذا توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی مستلزم نگاه سیستمی مسئولان به کارآفرینی می‌باشد.

بر اساس مطالب ذکر شده، توسعه کارآفرینی کشاورزی نیازمند شبکه‌ای از عناصر مختلف است که آیزنبرگ (Isenberg, 2011) از این شبکه به‌عنوان اکوسیستم کارآفرینی نام می‌برد. اکوسیستم کارآفرینی به عناصر، افراد، سازمان‌ها یا مؤسسه‌ای اشاره دارد که می‌توانند همچون محرک یا مانعی در جهت کارآفرین شدن افراد عمل کنند. متأسفانه اغلب اوقات دولت تنها یک یا دو عنصر از اکوسیستم کارآفرینی را مورد توجه قرار می‌دهد و در نتیجه بسیاری از تلاش‌های دولتی به بیراهه می‌رود (Isenberg, 2012). در رابطه با اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی، شواهد نشان می‌دهد علی‌رغم پیشرفت‌هایی که در سال‌های اخیر ایجاد شده است، برخی از این عناصر هنوز توسعه نیافته‌اند، ارتباط‌های حیاتی خاصی فراموش شده‌اند و بعضی عوامل کلیدی هنوز غایب

هستند. در صورتی که برای ایجاد و توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی، یک عنصر مجزا در اکوسیستم به ندرت کافی است؛ بلکه باید بسیاری از عناصر اکوسیستم را به طور همزمان مورد نظر قرار داد (قنبرعلی و همکاران، ۱۳۹۳). بنابراین، اگر اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی به درستی تحلیل شود و مورد توجه قرار گیرد، توسعه کارآفرینی کشاورزی ممکن است در سال‌های کمتری به وقوع بپیوندد. البته پذیرش چنین دیدگاهی نیازمند ارزیابی انتقادی از شرایط موجود اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی مخصوصاً در رابطه با شرایط اولیه جهت راه‌اندازی کسب‌وکارهای کارآفرینانه است (Isenberg, 2011).

استان کرمانشاه به‌عنوان محدوده مورد بررسی حاضر یکی از استان‌های مطرح در زمینه فعالیت‌های کشاورزی بوده و تولیدکننده اصلی بسیاری از محصولات مهم و استراتژیک به‌شمار می‌رود. به‌طور کلی، اقتصاد کرمانشاه صرف‌نظر از برخی فعالیت‌های محدود صنعتی، اقتصادی متکی بر کشاورزی است. هنوز درصد زیادی از جمعیت این استان را کشاورزان ساکن در مناطق روستایی تشکیل می‌دهند که به امر زراعت و تولید فرآورده‌های کشاورزی اشتغال دارند. در حدود ۸۵۰ هزار هکتار از سطح کل مساحت کرمانشاه به کشت انواع محصولات کشاورزی اختصاص داشته و بر اساس آخرین اطلاعات حاصل از طرح اشتغال و بیکاری ۳۰ درصد از شاغلان استان در بخش کشاورزی مشغول به کار هستند. نگاهی دقیق به عوامل طبیعی پیش‌نیاز بخش کشاورزی یعنی، آب، خاک و شرایط اقلیمی، نشان می‌دهد که در واقعیت کشاورزی کرمانشاه پتانسیل بالایی دارد، استان کرمانشاه با آب‌وهوای متنوع و منابع آب‌و خاک از امکانات بالقوه بسیار بالایی برای توسعه کشاورزی برخوردار است. دشت‌های وسیع این استان در نواحی سرد و معتدل و گرم گسترده شده است. تولید محصولات سردسیری و نیمه گرمسیر (مثل خرما و مرکبات) از ویژگی‌های خاص استان می‌باشد که در کمتر استانی دیده می‌شود. همین ویژگی‌ها سبب شد تا چندی قبل با مصوبه هیئت وزیران این استان به‌عنوان قطب کشاورزی غرب ایران معرفی و ظرفیت استان برای تأمین غذای ۱۰ درصد جمعیت کشورمان عیان شود؛ بنابراین، استفاده از این منابع و فرصت‌های بالقوه و مغفول در کشاورزی استان کرمانشاه مستلزم ایجاد یک تحول و نوآفرینی در بخش کشاورزی و ترویج فرهنگ کارآفرینی در بین مخاطبین این بخش و نیز توسعه قابلیت‌های کارآفرینی تولیدکنندگان کشاورزی است. کارآفرینان کشاورزی می‌توانند با شناخت درست از فرصت‌ها و بهره‌گیری از سرمایه‌های راکد امکاناتی را فراهم آورند و با سازماندهی مدیریت صحیح منابع ایده‌های خود را به مرحله عمل رسانند؛ لذا توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی استان کرمانشاه افزون بر به فعلیت درآوردن ظرفیت‌های بخش کشاورزی، فرصت مناسبی را برای ایجاد اشتغال به‌عنوان یکی از دغدغه‌های جوانان، مخصوصاً فارغ‌التحصیلان بخش کشاورزی و جوانان روستایی در این استان فراهم می‌کند. در این راستا، هدف از این مطالعه بررسی عناصر کلیدی اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی در شهرستان کرمانشاه است. این پژوهش تحلیل جامعی از اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی استان کرمانشاه در رابطه با وضعیت هر یک از زیرسیستم‌ها در بخش کشاورزی ارائه می‌دهد و در نهایت، با توجه به نتایج پیشنهادهایی کاربردی ارائه گردد.

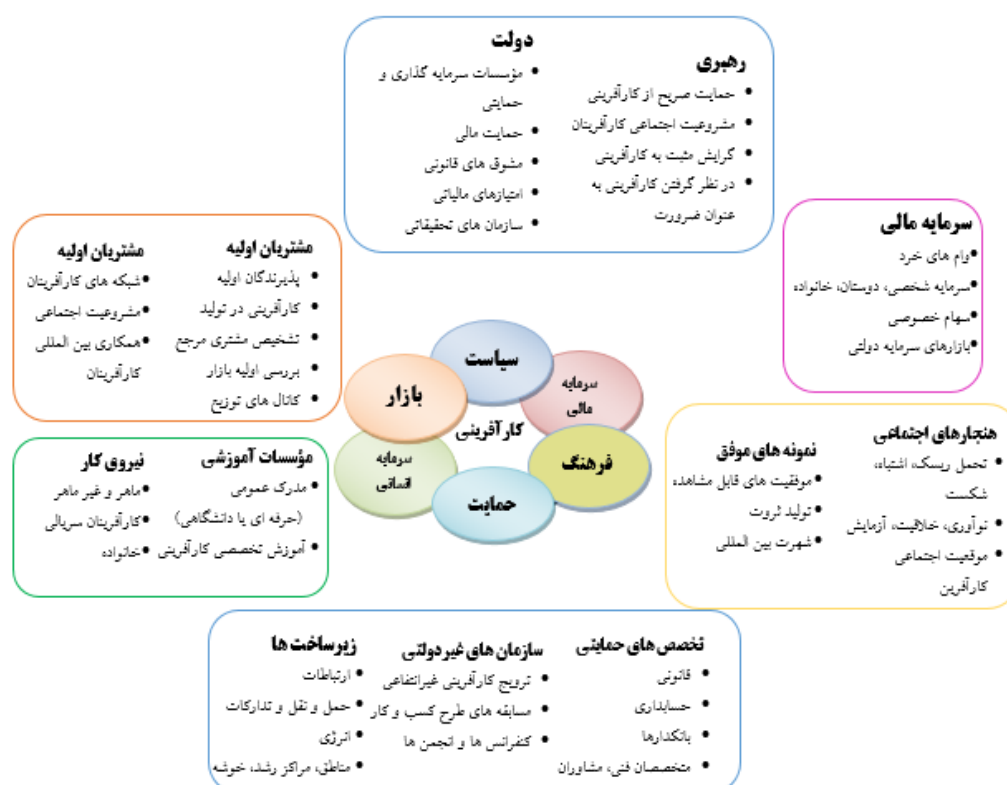
مبانی نظری و پیشینه پژوهش

اکوسیستم کارآفرینی به‌عنوان مبنایی برای طراحی سیاست‌های کارآفرینی به‌ویژه برای کسب‌وکارهای جدید تکنولوژی‌مدار مطرح شده است. اکوسیستم کارآفرینی به عناصر افراد، سازمان‌ها یا مؤسسات خارج از فرد کارآفرین اشاره دارد که محرک یا مانع تصمیم فرد برای کارآفرین شدن یا احتمال موفقیت او در صورت راه‌اندازی کسب‌وکار کارآفرینانه است. اکوسیستم کارآفرینی محیطی را ایجاد می‌کند که تلاش‌های کارآفرینانه را تشویق کند (Forfas, 2009). هم‌چنین، اکوسیستم کارآفرینی می‌تواند به‌عنوان یک محیط فیزیکی توصیف شود، جایی که تعداد نسبتاً زیادی از عناصر اثراتی را در ظهور و رشد کسب‌وکارها اعمال می‌کنند. البته تنها یک ترکیب از این عناصر وجود ندارد که اکوسیستم کارآفرینی موفق را تشکیل دهد. ممکن است ترکیب‌های بسیاری وجود داشته باشد که منتهی به ایجاد اکوسیستم‌های متفاوت و متناوب گردد؛ به‌طوری‌که با موفقیت و پیشرفت همراه

باشند. این عناصر شامل شرکت‌ها، دانشگاه‌ها، آزمایشگاه‌ها، مشاورین، سرمایه‌گذاران، سازمان‌های تحقیقاتی، مؤسسات و غیره می‌باشند (Cohen, 2006). در جایی دیگر، فورفاس (Forfas, 2009) بیان می‌کند که جهت موفقیت کارآفرینان، اکوسیستم کارآفرینی باید شامل مجموعه‌ای از عناصر لازم باشد که عبارت‌اند از: ساختار مناسب بازار، در دسترس بودن منابع مالی، کیفیت بالای سرمایه اجتماعی و انسانی، فرهنگ تحمل شکست و حقوق و دارایی قوی در زمان شروع، خروج و فروش کسب‌وکار و از همه مهم‌تر میل دولت به ایجاد محیطی توانمند. کوهن (Cohen, 2006) نیز هفت عامل اصلی را به‌عنوان مؤلفه‌های کلیدی در تشکیل یک اکوسیستم کارآفرینی پایدار تشخیص داد: شبکه رسمی، شبکه غیررسمی، دانشگاه، دولت، خدمات حمایتی و حرفه‌ای، خدمات مالی و استعدادهای موجود. سورش و رامراج (Suresh & Ramraj, 2012) در مطالعه کیفی خود هفت مؤلفه را به‌عنوان اجزای اکوسیستم کارآفرینی تشخیص دادند که می‌توانند بر تصمیم افراد بر کارآفرین شدن تأثیر بگذارند. این مؤلفه‌ها شامل حمایت اخلاقی، مالی، فنی، اجتماعی، شبکه‌ای، دولت و محیطی می‌باشند. برناردز (Bernardez, 2009) در مطالعه خود نشان داد که چگونه اکوسیستم کارآفرینی تغییرات اقتصادی مطلوب و قابل توجهی را در کشورهایی نظیر آرژانتین، ایالات متحده، اسرائیل، هند، چین و مکزیک با وجود شرایط نامطلوب اقتصادی و اجتماعی آن‌ها ایجاد کرده است. ایشان نشان می‌دهد که چگونه هر اکوسیستم کارآفرینی می‌تواند در اطراف یک شایستگی خاص مانند گردشگری، غذاخوری و مهمان‌نوازی در پالمو و آرژانتین؛ نرم‌افزار و تکنولوژی‌های سطح بالا در سیلیکون والی؛ امور مالی در وال استریت و لندن؛ تولید در چین؛ و مهندسی و فرایندهای کسب‌وکار برون‌سپاری در هند رشد کنند. در مجموع، می‌توان گفت هر اکوسیستم نتیجه یک روش خاصی است که این عوامل را که به‌طور محلی در دسترس هستند با یکدیگر ترکیب می‌کند؛ بنابراین، اگرچه اصول یکسان هستند یک مقدار ریسک در آزمایش مجدد این تجارب در زمینه‌های مختلف وجود دارد (Kantis and Federico, 2011). در ادامه یکی از معتبرترین الگوهای اکوسیستم کارآفرینی به‌عنوان چارچوب اصلی مورداستفاده در پژوهش حاضر معرفی می‌شود.

آیزنبرگ (Isenberg, 2012) در مقاله خود با عنوان «چه‌طور انقلاب کارآفرینی را شروع کنیم» به بررسی تجارب موفق و ناموفق کشورها در رابطه با کارآفرینی می‌پردازد، آیزنبرگ محیطی را توصیف می‌کند که در آن، کارآفرینی تمایل به موفقیت دارد. ایشان پیشنهاد می‌کند که کارآفرینان زمانی موفق هستند که به منابع انسانی، مالی و حرفه‌ای مورد نیازشان دسترسی پیدا کنند و در محیطی فعالیت کنند که سیاست‌های دولت، کارآفرینان را تشویق و تأمین می‌کند. او این شبکه را به‌عنوان اکوسیستم کارآفرینی توصیف می‌کند. آیزنبرگ (Isenberg, 2011) معتقد است در قلب استراتژی کارآفرینی، وجود این دیدگاه که چه عواملی در اکوسیستم کارآفرینی شامل می‌شوند و چطور استنتاج می‌گردند، تعجب‌برانگیز نیست. نیاز برای استراتژی اکوسیستم ریشه در مشاهده جوامعی دارد که کارآفرینی بی‌وقفه در آن‌ها در حال رشد است، در حقیقت این موفقیت بی‌نظیر در نتیجه محیط پیچیده یا اکوسیستمی است که نمود پیدا کرده است. این اکوسیستم کارآفرینی شامل عناصر زیادی است که اگرچه آن‌ها به دلیل تعاملات پیچیده وابسته به موقعیت‌های ویژه‌ای هستند؛ اما آن‌ها همیشه وجود دارند اگر کارآفرینی متکی به خود باشد؛ بنابراین، اگرچه ترکیب‌ها همیشه بی‌نظیر هستند، اما برای وجود کارآفرینی متکی به خود، عناصری مانند سیاست، بازار، سرمایه، مهارت‌های انسانی، فرهنگ و حمایت‌ها لازم است؛ بنابراین، آیزنبرگ نظام جامعی را برای تشخیص و رشد اکوسیستم‌های کارآفرینی توسعه داد. بر طبق نظر آیزنبرگ (Isenberg, 2011) چنین اکوسیستمی شامل صدها عنصر است که می‌توانند در شش قلمرو اصلی گروه‌بندی شوند که عبارت‌اند از: ۱) بازار (مشتری‌های اولیه و شبکه‌هایی همچون شبکه‌های کارآفرینی و شرکت‌های بین‌المللی)؛ ۲) سیاست (شیوه‌های رهبری مستحکم و حمایت از ساختارهای دولت در قالب نهادها؛ چارچوب مقرراتی مشوق‌ها و قانون‌گذاری سرمایه‌پسند)؛ ۳) سرمایه مالی (وام‌های خرد، تأمین بودجه سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر و سرمایه‌گذاران

فرشته^۱؛ ۴) فرهنگ (موفقیت‌های قابل‌مشاهده، تحمل ریسک و شکست و موقعیت اجتماعی کارآفرینان)؛ ۵) حمایت‌ها (زیرساخت‌ها، حمایت‌های حرفه‌ای همچون قانونی و حسابداری و سازمان‌های غیردولتی)؛ ۶) سرمایه انسانی (مؤسسات آموزشی و نیروی کار).

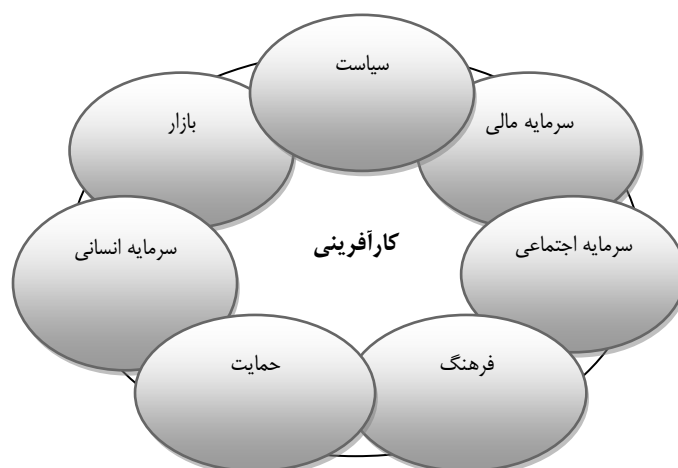


شکل ۱. قلمرو اکوسیستم کارآفرینی (Isenberg, 2011)

آیزنبرگ معتقد است که اکوسیستم کارآفرینی نسبتاً خود نگهدارنده است؛ زیرا موفقیت، موفقیت به وجود می‌آورد. زمانی که هر شش قلمرو اکوسیستم ارتقا یابند، به‌طور متقابل همدیگر را تقویت می‌کنند. در اثر ویژگی‌هایی نظیر همگنی، تعادل و هم‌افزایی است که اکوسیستم می‌تواند کارآفرینان موفق را ارائه دهد؛ بنابراین، نقشه‌برداری اکوسیستم و به‌روز نگه‌داشتن اطلاعات در رابطه با هر کاری که توسط هرکسی در این اکوسیستم اجرا می‌گردد و شکل‌های ممکن از همکاری و هم‌افزایی که ممکن است بین این سازمان‌ها باشد مرحله ضروری برای رسیدن به نتیجه مطلوبی از کارآفرینی می‌باشد (Isenberg, 2011). در سال‌های اخیر مطالعاتی در زمینه بررسی اکوسیستم کارآفرینی در کشورهای جهان انجام شده است. برای مثال، دولت ترکیه در سال ۲۰۱۱ گزارشی را در رابطه با وضعیت اکوسیستم کارآفرینی خود منتشر کرد. در این گزارش که به شیوه مروری انجام شده است، ابتدا مروری بر شاخص‌های اجتماعی و اقتصادی کشور ترکیه شده است و سپس اکوسیستم کارآفرینی در چهار قلمرو محیط کسب‌وکار، نظام نوآوری، سیاست خارجی و فرهنگ با استفاده از منابع دست‌دوم نظیر شاخص‌های و گزارش‌های موجود مورد مطالعه قرار گرفته است (GEM, 2012). در مطالعه دیگری که در سال ۲۰۱۲ توسط بنیاد

¹.Angel Investor

کافمن در کشور امریکا انجام گرفت، اکوسیستم کارآفرینی دو شهر بالتیمور و بوستون مورد مقایسه قرار گرفته‌اند. این مطالعه نیز با مرور آمار و اطلاعات موجود در رابطه با کارآفرینی در این شهرها انجام شده است. در سال ۲۰۱۲ کشور قبرس نیز مطالعه‌ای در رابطه با بررسی وضعیت اکوسیستم کارآفرینی موجود خود بر اساس گزارش‌های موجود در رابطه با شاخص‌های کارآفرینی انجام داد. در این گزارش شاخص‌های کارآفرینی کشور قبرس با شاخص‌های کشورهای نظیر امریکا، دانمارک و ایرلند مورد مقایسه قرار گرفته و در نهایت، برای هشت سال بعد یعنی سال ۲۰۲۰، در جهت تقویت اکوسیستم کارآفرینی موجود پیشنهادهایی ارائه شده است (Curveball Ltd, 2012). مطالعه دیگری در سال ۲۰۱۲ در کشور هند باهدف بررسی اکوسیستم کارآفرینی انجام شد. در این مطالعه شاخص‌های موجود در رابطه با سرمایه مالی، سیاست‌های دولتی و حمایت‌ها گزارش شده است و در نهایت در جهت رفع مشکلات موجود اکوسیستم، راه‌حلهایی پیشنهاد گردیده است (Planning Commission, 2012).



شکل ۲. چارچوب مفهومی پژوهش

اکثر مطالعاتی که در زمینه بررسی اکوسیستم کارآفرینی انجام گرفته است با استفاده از مرور منابع دست‌دوم نظیر گزارش‌ها و آمارهای موجود بوده است. به‌گونه‌ای که تاکنون مطالعه‌ای با رویکرد پژوهشی که به بررسی چالش‌های اکوسیستم بر اساس واقعیت‌های موجود و از دیدگاه کارآفرینان بپردازد، انجام نگرفته است. درحالی‌که به نظر می‌رسد در بررسی اکوسیستم کارآفرینی نمی‌توان تنها به یک مجموعه شاخص‌ها و ارقام و اعداد تکیه کرد. در این مطالعات رکن اصلی کارآفرینی که همانا فرد کارآفرین است مورد غفلت قرار گرفته است. همان‌طور که پیش‌تر ذکر گردید اکوسیستم کارآفرینی همانند محیطی فیزیکی است که در تعامل با کارآفرین است؛ بنابراین، فرد کارآفرین که در این اکوسیستم درگیر است و فعالیت می‌کند، بیشتر می‌تواند به شناسایی وضعیت موجود اکوسیستم کارآفرینی و چالش‌های آن کمک نماید؛ لذا در پژوهش حاضر، در جهت پرکردن این شکاف، فرد کارآفرین در فرایند تحقیق دخالت داده شد تا بتوان در جهت شناخت بهتر واقعیات اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی شهرستان کرمانشاه گام برداشت. افزون بر این، باتوجه به جامعیت مدل اکوسیستم کارآفرینی و مزایایی که آیزنبرگ بر آن‌ها تأیید می‌کند، در پژوهش حاضر از مدل اکوسیستم کارآفرینی آیزنبرگ به‌عنوان چارچوبی معتبر استفاده شد. همان‌طور که قبلاً ذکر شد این مدل دارای شش عنصر سرمایه مالی، فرهنگ، بازار، سرمایه انسانی، حمایت و سیاست است، اما پژوهشگر پس از بررسی‌های فراوان در ادبیات تحقیق و بررسی کامل سیستم‌های اکوسیستم کارآفرینی آیزنبرگ به این نتیجه رسید که باتوجه به شرایط کشور ایران و اهمیت عنصر سرمایه اجتماعی در موفقیت کارآفرینان، سیستم سرمایه اجتماعی نیز جهت کامل کردن مدل باید به این اکوسیستم اضافه گردد؛ بنابراین، چارچوب مفهومی تحقیق حاضر به‌صورت شکل ۲، تدوین می‌شود.

روش‌شناسی تحقیق

در این تحقیق متناسب با ماهیت و اهداف تعیین شده در هر یک از زیرسیستم‌های اکوسیستم کارآفرینی از هر دو روش کمی و کیفی استفاده شده است. از نظر هدف، این تحقیق از نوع کاربردی و از لحاظ دستیابی به حقایق و داده‌پردازی، جزو تحقیقات توصیفی است. هدف پژوهشگر از انجام این پژوهش ارزیابی انتقادی از شرایط موجود اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی مخصوصاً در رابطه با شرایط اولیه جهت راه‌اندازی کسب‌وکارهای کارآفرینانه است؛ بنابراین، هدف توصیف عینی، واقعی و منظم خصوصیات اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی شهرستان کرمانشاه است؛ لذا در تحقیق حاضر، نقش محقق تعیین‌کننده مشاهدات و توصیفات است. اجرای تحقیق حاضر صرفاً برای شناخت شرایط موجود اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی و یاری‌دادن به فرایند تصمیم‌گیری است؛ بنابراین، داده‌های توصیفی موردنیاز معمولاً به‌وسیله پرسش‌نامه، مشاهده و مصاحبه جمع‌آوری شد. در این تحقیق از هر سه نوع تحقیقات توصیفی شامل تحقیق توصیفی زمینه‌یابی (پیمایشی)، تحقیق موردی (ژرفانگر) و تحلیلی (تحلیل محتوا) استفاده شد. با توجه به محدوددهای تحقیق، طرح مورد استفاده مقطعی است. به این معنا که داده‌های این طرح در محدوده زمانی، سال ۱۳۹۷ تا نیمه دوم سال ۱۳۹۸ جمع‌آوری شده است. در این تحقیق هر یک از هفت زیرسیستم اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی مورد بررسی قرار گرفت. اهداف مورد بررسی، روش تحقیق، جامعه آماری و روش گردآوری داده‌ها در ارزیابی هر زیرسیستم در جدول ۱، نشان داده شده است. در نهایت، جهت ترسیم وضعیت موجود اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی شهرستان کرمانشاه، شناسایی موانع بازدارنده عملکرد صحیح اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی شهرستان کرمانشاه و ارائه راه‌حلی در جهت هدایت اکوسیستم به سمت مطلوب نتایج پژوهش تلفیق گردید.

جدول ۱. هدف و روش مورد استفاده در ارزیابی هر زیرسیستم اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی

روش تحقیق	زیرسیستم‌ها
هدف: واکاوی محتوای سیاست‌ها در تطابق با ابعاد اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی روش تحقیق: روش تحلیل محتوا داده‌های دست‌دوم و آنتروپی شانون	سیاسی
هدف: (۱) تعیین موانع در تهیه سرمایه مالی از سوی کارآفرینان کشاورزی روش تحقیق: روش توصیفی - پیمایشی ابزار گردآوری داده‌ها: پرسش‌نامه محقق ساخته جامعه مورد مطالعه: کارآفرینان کشاورزی (N=107, n= 82) برگرفته از گزارش سازمان جهاد کشاورزی کرمانشاه (۱۴۰۰)، و مدیران بانک‌های دولتی و خصوصی (N=257, n=150) برگرفته از آمار و اطلاعات بانک مرکزی روش تعیین حجم نمونه: جدول بارتلت و همکاران (Bartlet et al., 2001) روش نمونه‌گیری: نمونه‌گیری تصادفی ساده	مالی
روش تحلیل داده‌ها: تحلیل توصیفی (جدول توزیع فراوانی، میانگین، انحراف معیار و درصد)، تحلیل استنباطی: آزمون ناپارامتری من‌وایت‌نی هدف: (۱) اولویت‌بندی ابعاد سرمایه اجتماعی در بین کارآفرینان (۲) بررسی میزان سرمایه اجتماعی کارآفرینان روش تحقیق: روش توصیفی - پیمایشی ابزار گردآوری داده‌ها: پرسش‌نامه استاندارد لیو و ولج (Liao & Welsch, 2003) جامعه مورد مطالعه: کارآفرینان کشاورزی (N=107, n= 82) روش تعیین حجم نمونه: جدول بارتلت و همکاران (۲۰۰۱) روش نمونه‌گیری: نمونه‌گیری تصادفی ساده	سرمایه اجتماعی
روش تحلیل داده‌ها: تحلیل توصیفی (جدول توزیع فراوانی، میانگین، انحراف معیار و درصد) هدف: (۱) سنجش مؤلفه‌های سرمایه انسانی در بین کارآفرینان (۲) بررسی وضعیت اولویت‌بندی شایستگی‌های کارآفرینانه در بین کارآفرینان روش تحقیق: روش توصیفی - پیمایشی ابزار گردآوری داده‌ها: مقیاس ۹۰ گویه‌ای هازلینا (۲۰۰۷) جامعه مورد مطالعه: کارآفرینان کشاورزی (N=107, n= 82) روش تعیین حجم نمونه: جدول بارتلت و همکاران (Bartlet et al., 2001) روش نمونه‌گیری: نمونه‌گیری تصادفی ساده روش تحلیل داده‌ها: تحلیل توصیفی (جدول توزیع فراوانی، میانگین، انحراف معیار و درصد)	سرمایه انسانی

جدول ۱. هدف و روش مورد استفاده در ارزیابی هر زیرسیستم اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی

زیرسیستم‌ها	روش تحقیق
فرهنگ	هدف: (۱) بررسی فرهنگ کارآفرینانه جامعه کشاورزان (۲) بررسی فرهنگ شکست در جامعه روش تحقیق: روش توصیفی-پیمایشی ابزار گردآوری داده‌ها: پرسش‌نامه جامعه مورد مطالعه: کارآفرینان کشاورزی (n= 370) روش نمونه‌گیری: نمونه‌گیری خوشه‌ای سه مرحله‌ای
حمایتی	روش تحلیل داده‌ها: تحلیل توصیفی (جدول توزیع فراوانی، میانگین، انحراف معیار و درصد) هدف: (۱) بررسی میزان دسترسی کارآفرینان به حمایت‌های موجود روش تحقیق: روش توصیفی-پیمایشی ابزار گردآوری داده‌ها: پرسش‌نامه محقق ساخته جامعه مورد مطالعه: کارآفرینان کشاورزی (N=107, n= 82) روش تعیین حجم نمونه: جدول بارتلت و همکاران (Bartlet et al., 2001) روش نمونه‌گیری: نمونه‌گیری تصادفی ساده
بازار	روش تحلیل داده‌ها: تحلیل توصیفی (جدول توزیع فراوانی، میانگین، انحراف معیار و درصد) هدف: (۱) بررسی مؤلفه‌های بازاریابی در بین کارآفرینان ابزار گردآوری داده‌ها: پرسش‌نامه محقق ساخته، مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته جامعه مورد مطالعه: کارآفرینان کشاورزی جامعه مورد مطالعه (کمی): کارآفرینان کشاورزی (n= 82) جامعه مورد مطالعه (کیفی): کارآفرینان کشاورزی (n= 18) روش نمونه‌گیری (بخش کمی): نمونه‌گیری تصادفی ساده روش نمونه‌گیری (بخش کیفی): نمونه‌گیری هدفمند از نوع نمونه‌گیری برای رسیدن به معرف بودن یا قابلیت مقایسه روش تحلیل داده‌ها (کمی): تحلیل توصیفی (جدول توزیع فراوانی، میانگین، انحراف معیار و درصد) روش تحلیل داده‌ها (کیفی): روش تحلیل محتوای کیفی از نوع رابطه‌ای

یافته‌ها

بررسی زیرسیستم سیاست کارآفرینی

در رابطه با کاربرد معرف‌ها و مؤلفه‌ها اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی در سیاست‌های کلی برنامه اول تا پنجم، در مجموع به‌طور متوسط، حدود ۱۱/۴ درصد به زیرسیستم سرمایه انسانی، ۱۰ درصد به زیرسیستم سرمایه اجتماعی، ۱۹/۵ درصد به زیرسیستم سرمایه مالی، ۱۸/۷ درصد به زیرسیستم حمایتی، ۳۱/۱ درصد به زیرسیستم بازار، ۵/۳ درصد به زیرسیستم سیاستی و تنها ۴ درصد به زیرسیستم فرهنگ پرداخته شده است. براین اساس در این اسناد نیز توجه یکسانی به زیرسیستم‌های مختلف اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی معطوف نشده است؛ بنابراین، در سیاست‌های کلی برنامه اول تا پنجم، زیرسیستم بازار از بیشترین توجه و زیرسیستم فرهنگ از کمترین توجه برخوردار بوده است.

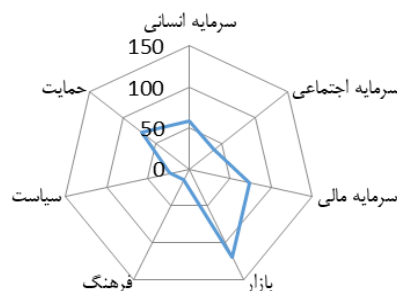
جدول ۲. درصد زیرسیستم‌های اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی در سیاست‌های اسناد کلان سیاستی

سیاست‌های کلی برنامه‌های توسعه ایران	سرمایه انسانی	سرمایه اجتماعی	سرمایه مالی	سیستم بازار	فرهنگی	سیاستی	حمایتی
سیاست‌های کلی برنامه اول	۱۵/۹	۹/۵	۱۵/۹	۲۸/۶	۳/۲	۶/۳	۲۰/۶
سیاست‌های کلی برنامه دوم	۵/۵	۷/۳	۱۵/۶	۵۱/۴	۰	۶/۴	۱۳/۸
سیاست‌های کلی برنامه سوم	۴/۷	۱۰/۹	۴۰/۶	۲۱/۹	۱/۶	۱/۶	۱۸/۷
سیاست‌های کلی برنامه چهارم	۱۷	۱۵/۲	۱۴/۳	۲۵	۸	۴/۵	۱۶
سیاست‌های کلی برنامه پنجم	۴۱/۲	۰	۹/۸	۵/۹	۵/۹	۱۱/۸	۲۵/۴

بر اساس یافته‌ها، عبارت کارآفرینی از برنامه دوم (سال ۱۳۷۴) در محتوای این اسناد وارد شده و در برنامه‌های سوم، چهارم و پنجم نیز مطرح شده است. میزان توجه به سرمایه انسانی در برنامه پنجم نسبت به سایر برنامه‌ها از بهترین وضعیت برخوردار بوده (۴۱/۲ درصد) البته در مورد زیرسیستم‌های سیاستی (۱۱/۸ درصد) و حمایتی (۲۵/۴ درصد) نیز همین مطلب صدق می‌کند. زیرسیستم سرمایه مالی در برنامه سوم بیشتر موردتوجه بوده (۴۰/۶ درصد) و زیرسیستم بازار در برنامه دوم نسبت به سایر برنامه‌ها مورد تأکید قرار گرفته است (۵۱/۴ درصد). زیرسیستم‌های سرمایه اجتماعی (۱۵/۲ درصد) و فرهنگی (۸ درصد) نیز در برنامه چهارم نسبت به دیگر برنامه‌ها موردتوجه قرار گرفته‌اند.

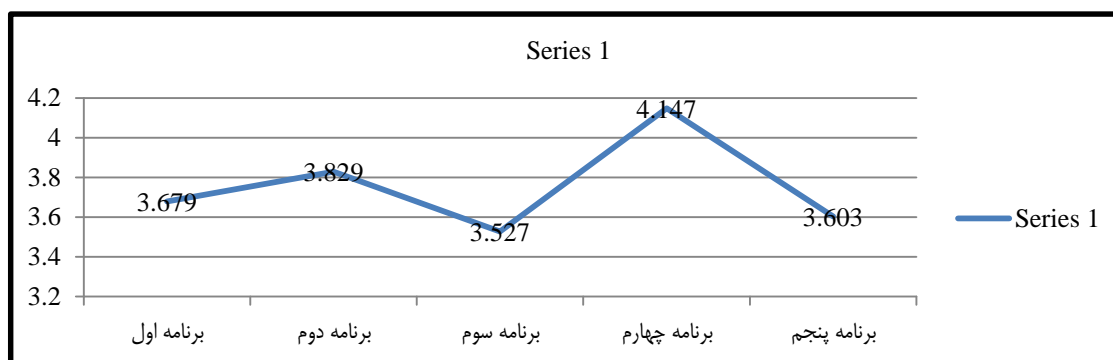


شکل ۴. وضعیت توجه به زیرسیستم‌های اکوسیستم کارآفرینی در سیاست‌های کلی ایران



شکل ۳. وضعیت توجه به زیرسیستم‌های اکوسیستم کارآفرینی در سیاست‌های کلی برنامه‌های اول تا پنجم

واکاوی وضعیت کلی توجه به زیرسیستم‌های اکوسیستم کشاورزی در سیاست‌های کلی برنامه‌های توسعه، برابر شکل‌های ۳ و ۴، نشان‌دهنده تفاوت بین میزان اهمیت این زیرسیستم‌ها در مجموع اسناد سیاست‌های کلی است. به طوری که در سیاست‌های کلی برنامه‌های اول تا پنجم، کشش به سمت زیرسیستم بازار است و در سیاست‌های کلی جمهوری اسلامی ایران کشش به سمت زیرسیستم بازار، سرمایه انسانی، سرمایه مالی و حمایتی است.



نمودار ۱. روند میزان توجه به زیرسیستم‌های اکوسیستم کارآفرینی در برنامه‌های پنج‌ساله توسعه ایران

بر اساس این یافته‌ها، وضعیت توجه به اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی در برنامه‌های توسعه دوم و چهارم کشور روندی تقریباً صعودی داشته است و در دو برنامه سوم و پنجم از شیب پایین رونده برخوردار بوده است که بیانگر کم‌رنگ‌تر شدن توجه به ابعاد اکوسیستم کارآفرینی در اذهان سیاست‌گذاران است (نمودار ۱).

بررسی زیرسیستم فرهنگی**بررسی فرهنگ کارآفرینانه جامعه کشاورزان**

در این بخش جهت بررسی فرهنگ کارآفرینانه در جوامع روستایی از دو بعد از ابعاد هافستد «فردگرایی در مقابل جمع‌گرایی» و «اجتناب از عدم قطعیت در مقابل تحمل ابهام» جهت مطالعه فرهنگ کارآفرینی استفاده شد. یافته‌ها نشان داد که میانگین نمره در بعد ارزشی جمع‌گرایی در مقابل فردگرایی ۳/۲ است که نشان‌دهنده غالب بودن فرهنگ جمع‌گرایی در بین جامعه روستایی است.

جدول ۳. میانگین ابعاد ارزشی هافستد

ابعاد ارزشی	میانگین از ۵ (M)	انحراف معیار (SD)
شاخص فردگرایی (IDV)	۳/۲	۰/۸۳
شاخص اجتناب از عدم قطعیت (UAI)	۳/۵	۰/۴۸

یافته‌ها در رابطه با بعد اجتناب از عدم قطعیت در مقابل تحمل ابهام نیز نشان داد که میانگین نمره در این بعد ۳/۵ است که نشان‌دهنده فرهنگ اجتناب از عدم قطعیت یا به عبارتی ریسک‌گریزی در بین جامعه روستایی است. در جوامعی با ریسک‌گریزی بالا، فرصت کمتری برای بروز رفتار کارآفرینی در بین افراد جامعه وجود دارد. چون در این جوامع، ترس از شکست بیشتر است و افراد جامعه تمایل کمی خطرکردن دارند، این افراد از سطوح پایین‌تری از جاه‌طلبی برخوردارند، و تحمل ابهام نیز در بین آن‌ها پایین می‌باشد. باتوجه به این یافته‌ها می‌توان گفت وجود فرهنگ اجتناب از عدم قطعیت یا به عبارتی ریسک‌گریزی در جامعه روستایی می‌تواند به‌عنوان یک مانع در جهت کارآفرینی افراد عمل نماید.

بررسی فرهنگ شکست در جامعه کشاورزان

جنبه دیگر از مطالعه فرهنگ کارآفرینی مربوط به مطالعه فرهنگ تحمل شکست می‌گردد. اخیراً این عقیده در بین سیاست‌گذاران رایج شده است که دلیل میزان پایین رفتارهای کارآفرینان در کشورها مربوط به نگرش‌های فرهنگی منفی آن‌ها نسبت به شکست است و ترس از شکست می‌تواند به‌عنوان مانع نیرومندی برای کارآفرینان بالقوه عمل کند؛ بنابراین، باتوجه به اهمیت فرهنگ شکست، در این بخش به بررسی دو بعد «تحمل شکست» و «شانس دوم» در بین جامعه روستایی پرداخته شد. یافته‌ها نشان داد که میانگین نمره در بعد تحمل شکست ۲/۷ است که نشان‌دهنده میزان بالای عدم‌پذیرش شکست است به این معنی که تمایل کمتری به پذیرش معانی ضمنی شکست در جامعه روستایی وجود دارد.

جدول ۴. ابعاد فرهنگ شکست

ابعاد فرهنگ شکست	میانگین از ۵ (M)	انحراف معیار (SD)
تحمل شکست	۲/۷	۰/۸۰
شانس دوباره	۳/۸	۰/۳۵

یافته‌ها در رابطه با بعد شانس دوم نیز نشان داد که میانگین نمره در این بعد ۳/۸ است که نشان‌دهنده موافقت بالای جامعه روستایی با دادن فرصت دوباره به افرادی است که شکست می‌خورند. البته باید توجه داشت میزان موافقت جامعه با دادن فرصت دوباره به کارآفرینان شکست‌خورده، بستگی به دلیل ورشکستگی کارآفرینان دارد.

بررسی زیرسیستم سرمایه انسانی**سنجش مؤلفه‌های سرمایه انسانی در بین کارآفرینان**

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، وضعیت مؤلفه‌های سرمایه انسانی در بین کارآفرینان در جدول ۵، ارائه شده است.

جدول ۵. وضعیت مؤلفه‌های سرمایه انسانی در بین کارآفرینان

مؤلفه‌های سرمایه انسانی	میانگین	انحراف معیار	درصد	حداقل	حداکثر
میزان تحصیلات					
بالا	۰/۴۵	۰/۵۷	۴۶/۷	۰	۱
متوسط	۰/۴۱	۰/۵۱	۴۳/۲	۰	۱
ابتدایی	۰/۲۲	۰/۴۳	۱۰/۱	۰	۱
سن	۳۰/۷۴	۷/۹۱		۲۲	۶۰
تجربه					
تجربه کارآفرینی	۰/۴۱	۰/۴۹	۴۰/۶	۰	۱
تجربه مدیریتی	۰/۴۵	۰/۵۰	۴۵/۳	۰	۱
تجربه در رابطه با کسب‌وکار فعلی	۰/۷۵	۰/۴۳	۷۵	۰	۱
گذراندن دوره کارآفرینی	۰/۴۶	۰/۵۰	۴۷	۰	۱
تجربه کارآفرینی والدین	۰/۰۴	۰/۲۱	۴/۷	۰	۱

بررسی وضعیت اولویت‌بندی شایستگی‌های کارآفرینانه در بین کارآفرینان

در این قسمت، شایستگی‌های کارآفرینانه در بین کارآفرینان مورد بررسی قرار گرفت. در جدول ۶ نتایج حاصل از رتبه‌بندی شایستگی‌های کارآفرینانه در بین کارآفرینان ارائه شده است.

جدول ۶. رتبه‌بندی شایستگی‌های کارآفرینانه در بین کارآفرینان

رتبه	شایستگی‌ها	تعداد	میانگین از ۷ (M)	انحراف معیار (SD)
۱	ارتباط	۳۵	۶/۳۱	۰/۸۳
۲	فنی	۳۵	۶/۲۵	۰/۸۱
۳	اخلاقی	۳۵	۵/۹۶	۱/۰۳
۴	فرصت	۳۵	۵/۹۲	۱/۰۸
۵	خانواده‌گرایی	۳۵	۵/۸۵	۰/۹۶
۶	مسئولیت اجتماعی	۳۵	۵/۸۲	۱/۰۷
۷	شخصیتی	۳۵	۵/۷۴	۰/۹۵
۸	یادگیری	۳۵	۵/۶۵	۰/۸۶
۹	تعهد	۳۵	۵/۵۱	۰/۹۳
۱۰	مفهومی	۳۵	۵/۱۱	۱/۲۰
۱۱	سازماندهی و رهبری	۳۵	۴/۸۹	۰/۷۹
۱۲	راهبردی	۳۵	۴/۰۸	۱/۰۲

شایستگی روابط با بیشترین میانگین کسب شده از سوی کارآفرینان در صدر جدول قرار دارد و شایستگی‌های فنی و اخلاقی به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار دارند. از سوی دیگر، کارآفرینان در رابطه با شایستگی‌های سازماندهی و رهبری و استراتژی نمره کمتری دریافت کرده‌اند، به عبارت دیگر، کارآفرینان در این شایستگی‌ها دچار ضعف هستند.

بررسی زیرسیستم حمایتی

بررسی میزان دسترسی کارآفرینان به حمایت‌های ارائه شده از سوی انواع سازمان‌ها

در این بخش از کارآفرینان خواسته شد اعلام نمایند تا چه اندازه به حمایت‌های ارائه شده از سوی سازمان‌های مختلف دولتی و غیردولتی جهت راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکار خود دسترسی داشته‌اند.

بررسی میزان دسترسی کارآفرینان به انواع امکانات و خدمات حمایتی ارائه شده از سوی سازمان‌های دولتی در حیطه‌های مختلف نشان داد که بیشترین میزان دسترسی کارآفرینان مربوط به ارائه وام‌های بانکی (با میانگین ۴/۱۱)، امنیت جهت تجارت (با میانگین ۴/۰۷) و ارائه زیرساخت‌ها (آب، برق، جاده، زمین) (با میانگین ۴/۰۳) بود. کمترین میزان دسترسی کارآفرینان در مورد نظارت و مشاوره آنلاین (با میانگین ۱/۵۳)، ارائه اطلاعات به‌روز و به‌هنگام بازار (با میانگین ۱/۵۷) و معرفی به سرمایه‌گذاران (با میانگین ۱/۶۲) بود.

جدول ۷. میزان دسترسی کارآفرینان به انواع حمایت‌های ارائه شده

انواع سازمان‌های حمایتی	میانگین از ۵ (M)	انحراف معیار (SD)
ارائه وام‌های بانکی	۴/۱۱	۰/۷۳
ارائه زیرساخت‌ها (آب، برق، جاده، زمین)	۴/۰۳	۰/۹۲
امنیت جهت تجارت	۴/۰۷	۰/۸۴
دسترسی به اینترنت	۲/۸۰	۰/۸۰
دسترسی به رسانه‌ها جهت تبلیغات	۲/۷۲	۰/۹۵
برنامه‌ها و دوره‌های آموزشی	۲/۸۵	۰/۶۷
انجمن‌ها و تشکل‌های کارآفرینی	۲/۷۸	۰/۷۴
مشاوره جهت تهیه طرح کسب‌وکار	۲/۴۱	۰/۶۹
مشاوره جهت ارزیابی فرصت‌های تجاری	۲/۸۹	۰/۸۸
مشاوره در رابطه مباحث قانونی	۲/۳۶	۱/۰۱
مشاوره در رابطه با مسائل فنی	۲/۲۴	۰/۸۳
مشاوره در رابطه با مسائل مدیریتی	۲/۱۲	۰/۶۷
ایجاد شبکه ارتباطی غیررسمی	۱/۸۵	۰/۹۹
مشاوره جهت انجام تحقیق بازار	۱/۷۰	۰/۷۰
معرفی به سرمایه‌گذاران	۱/۷۷	۰/۶۷
ارائه اطلاعات به‌روز و به‌هنگام بازار	۱/۵۵	۰/۶۴
نظارت و مشاوره آنلاین	۱/۵۰	۰/۷۶

بررسی زیرسیستم سرمایه مالی

تعیین موانع در تهیه سرمایه مالی از سوی کارآفرینان کشاورزی

یکی از اهداف مورد بررسی در این سیستم، تعیین موانع در تهیه سرمایه مالی از سوی کارآفرینان کشاورزی بود. به‌همین منظور در این بخش، ابتدا مصاحبه‌های کیفی با کارآفرینان در رابطه با موانع درک‌شده در تهیه سرمایه مالی انجام گرفت. سپس از طریق تحلیل محتوا، موانع موردنظر مشخص گردید و به‌عنوان گویه‌ها در تهیه پرسش‌نامه قرار گرفتند. جدول ۸، نتایج رتبه‌بندی موانع درک‌شده در تهیه سرمایه مالی از سوی کارآفرینان را نشان می‌دهد.

زمان طولانی فرایند درخواست با بیشترین میانگین (۳/۷۹) به‌عنوان مهم‌ترین مانع درک‌شده از سوی کارآفرینان در روند دریافت اعتبارات از بانک‌ها در صدر جدول قرار گرفت و موانع بالابودن میزان بهره و فقدان وثیقه/ضامن به ترتیب در رتبه‌های

بعدی قرار دارند. همچنین، کارآفرینان برخوردار نامناسب کارمندان بانک و هزینه بالای خدمات را به عنوان کم‌اهمیت‌ترین موانع درک‌شده رتبه‌بندی کرده‌اند.

بررسی نحوه تأمین اعتبارات توسط کارآفرینان

کارآفرینان برای راه‌اندازی کسب‌وکار خود، با توجه به اهداف، امکانات و محدودیت‌ها از منابع مالی مختلفی استفاده می‌کنند. در این بخش چگونگی تأمین اعتبارات توسط کارآفرینان مورد بررسی قرار گرفت (جدول ۹).

جدول ۸. موانع درک‌شده از سوی کارآفرینان در روند دریافت اعتبارات از بانک‌ها

رتبه	انحراف معیار (SD)	میانگین از ۵ (M)	تعداد	موانع اصلی
۱	۰/۶۱	۳/۷۹	۳۵	زمان طولانی فرایند درخواست
۲	۰/۷۲	۳/۷۳	۳۵	بالابودن میزان بهره
۳	۰/۸۰	۳/۵۶	۳۵	فقدان وثیقه/ضامن
۴	۰/۷۹	۳/۲۵	۳۵	زمان کوتاه بازپرداخت
۵	۱/۰۱	۳/۱۷	۳۵	پرکردن فرم‌های بیش از اندازه
۶	۰/۹۹	۳/۰۳	۳۵	عدم تطابق مبلغ وام با نیاز کارآفرین
۷	۱/۱۲	۲/۲۵	۳۵	برخورد نامناسب کارمندان بانک
۸	۱/۲۱	۲/۱۲	۳۵	هزینه خدمات

جدول ۹. نحوه تأمین اعتبارات توسط کارآفرینان

رتبه	انحراف معیار (SD)	میانگین از ۵ (M)	تعداد	انواع منابع مالی
۱	۱/۲۵	۳/۸۰	۳۵	پس‌انداز شخصی
۲	۱/۱۷	۳/۴۵	۳۵	بانک‌های تجاری
۳	۱/۲۶	۳/۲۲	۳۵	خانواده و دوستان
۴	۱/۲۶	۳/۴۰	۳۵	مؤسسات خصوصی
۵	۱/۰۵	۲	۳۵	منابع دیگر

همان‌طور که یافته‌ها نشان می‌دهد، کارآفرینان جهت تأمین اعتبارات برای راه‌اندازی و رشد کسب‌وکار خود به ترتیب اولویت از پس‌انداز شخصی، بانک‌های تجاری، دوستان و اعضای خانواده، مؤسسات خصوصی و منابع دیگر استفاده کرده‌اند. افزون بر این، نتایج نشان می‌دهد کارآفرینان بعد از پس‌انداز شخصی، بانک‌های تجاری را به عنوان مهم‌ترین منبع مالی ذکر کرده‌اند.

بررسی زیرسیستم سرمایه اجتماعی

اولویت‌بندی ابعاد سرمایه اجتماعی در بین کارآفرینان

جدول ۱۰. وضعیت اولویت‌بندی ابعاد سرمایه اجتماعی در بین کارآفرینان

رتبه	انحراف معیار	میانگین (از ۵)	میزان سرمایه اجتماعی
۱	۰/۴۸	۳/۴۲	بعد رابطه‌ای
۲	۰/۶۵	۲/۸۹	بعد ساختاری
۳	۰/۶۹	۲/۶۳	بعد شناختی

برای سنجش سرمایه اجتماعی کارآفرینان شهرستان کرمانشاه از ۱۰ گویه در قالب طیف ۵ درجه‌ای لیکرت (از ۱: کاملاً مخالفم تا ۵: کاملاً موافقم) که شامل سه مؤلفه ساختاری، رابطه‌ای و شناختی بود، بهره گرفته شد. نتایج اولویت‌بندی ابعاد سرمایه اجتماعی در بین کارآفرینان نشان داد که از بین ابعاد سرمایه اجتماعی، بعد رابطه‌ای بیش از سایر ابعاد در بین کارآفرینان شهرستان کرمانشاه وجود داشت و کمترین اولویت به بعد شناختی اختصاص یافت.

بررسی میزان سرمایه اجتماعی کارآفرینان

برای بررسی میزان سرمایه اجتماعی کارآفرینان کشاورزی شهرستان کرمانشاه، پس از جمع جبری گویه‌ها، حداقل بین کمترین و بیشترین امتیاز به دست آمده محاسبه و به سه دسته کم، متوسط و زیاد طبقه‌بندی شد. حداکثر امتیاز ۵۰ و حداقل امتیاز ۱۰ بود.

جدول ۱۱. توزیع فراوانی میزان سرمایه اجتماعی کارآفرینان کشاورزی

میزان سرمایه اجتماعی	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
کم (۱۰-۲۳)	۱۲	۳۴/۲۸	۳۴/۲۸
متوسط (۲۳-۳۷)	۱۶	۴۵/۷۲	۸۰
زیاد (۳۷-۵۰)	۷	۲۰	۱۰۰

بررسی میزان سرمایه اجتماعی مردان کارآفرین کشاورزی نشان داد که میزان سرمایه اجتماعی ۳۴/۲۸ درصد از مردان کارآفرین کم، ۴۵/۷۲ درصد در حد متوسط و ۲۰ درصد در حد زیاد بود؛ بنابراین، در مجموع میزان سرمایه اجتماعی اکثریت کارآفرینان در حد متوسط بود (جدول ۱۱).

بررسی سیستم بازار

بررسی مؤلفه‌های بازار از دیدگاه کارآفرینان کشاورزی

به منظور بررسی وضعیت مؤلفه‌های بازار در بین کارآفرینان از شاخص‌های توصیفی استفاده گردید. در جدول ۱۲، وضعیت مؤلفه‌های بازار را در بین پاسخگویان نشان می‌دهد. این مؤلفه‌ها شامل: آگاهی به بازار هدف و نیازهای مشتری، انجام تحقیق بازار، اطلاع از رقبای خود در بازار و نقاط ضعف و قوت آن‌ها، ارتباط و همکاری با همتایان خود در بازار، توجه به مشتریان بالقوه و توصیه‌های آن‌ها در رابطه با محصولات و خدمات جدید، دسترسی به بازارهای محلی و دسترسی به بازارهای بین‌المللی هستند.

جدول ۱۲. بررسی وضعیت متغیرهای بازار در بین کارآفرینان

مؤلفه‌های بازار	میانگین از ۵ (M)	انحراف معیار (SD)
آگاهی به بازار هدف و نیازهای مشتری	۲/۲۲	۰/۹۱
انجام تحقیق بازار	۱/۲۸	۰/۸۲
اطلاع از رقبای خود در بازار و نقاط ضعف و قوت آن‌ها	۳/۲۲	۱/۰۸
ارتباط و همکاری با همتایان خود در بازار	۲/۱۴	۱/۰۳
توجه به مشتریان بالقوه و توصیه‌های آن‌ها در رابطه با محصولات و خدمات جدید	۳/۸۵	۰/۹۱
استفاده از تبلیغات جهت فروش محصولات	۲/۴۲	۱/۲۱
دسترسی به بازارهای محلی	۳/۵۷	۰/۹۴
دسترسی به بازارهای بین‌المللی	۲/۰۸	۱/۲۹

نتایج جدول ۱۲، نشان می‌دهد در بین کارآفرینان «توجه به مشتریان بالقوه و توصیه‌های آن‌ها در رابطه با محصولات و خدمات جدید» از بیشترین میانگین برخوردار است. سپس متغیرهای «دسترسی به بازارهای محلی» و «اطلاع از رقبای خود در بازار و نقاط ضعف و قوت آن‌ها» به ترتیب در رتبه‌های دوم و سوم قرار گرفتند. از سوی دیگر متغیرهای «انجام تحقیق بازار» و «دسترسی به بازارهای بین‌المللی» در رتبه‌های آخر قرار دارند. به عبارت دیگر، نتایج نشان می‌دهد، کارآفرینان به مشتریان بالقوه و توصیه‌های آن‌ها توجه دارند و در دسترسی به بازارهای محلی خوشبختانه با مشکل زیادی مواجه نیستند و آگاهی آن‌ها نسبت به رقبای خود در بازار نسبتاً خوب است. بیشترین مشکل کارآفرینان مربوط به دسترسی به بازارهای بین‌المللی است و متأسفانه اکثر کارآفرینان تحقیق بازار را انجام ن داده‌اند. در رابطه با متغیرهای دیگر نیز میانگین کمتر از حد متوسط است که نشان‌دهنده نامطلوب بودن وضعیت این متغیرهای بازار در بین کارآفرینان است.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج در رابطه با کاربرد معرف‌ها و مؤلفه‌های اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی در سیاست‌های کلی برنامه اول تا پنجم، نشان داد که در این اسناد نیز توجه یکسانی به زیرسیستم‌های مختلف اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی معطوف نشده است؛ به گونه‌ای که در سیاست‌های کلی برنامه اول تا پنجم، زیرسیستم بازار از بیشترین توجه و زیرسیستم فرهنگ از کمترین توجه برخوردار بوده است. اگرچه به زیرسیستم بازار توجه بیشتری شده است؛ اما بنا بر یافته‌های تحقیق شریف‌زاده و همکاران (۱۳۸۸) و هم‌سو با نتایج برخی تحقیقات دیگر (خالدی و رحیم‌زاده، ۱۳۸۷؛ الیاسی و نوتاش، ۱۳۹۰؛ کریمی و بوذرجمهری، ۱۳۹۲) مشکلات توسعه‌نیافتگی بازار کشاورزی یکی از چالش‌های اساسی توسعه کسب‌وکارهای کارآفرین در این بخش به شمار می‌رود. نتایج این تحقیقات نشان داد که عدم ثبات در بازار، ضعف نظام اطلاعاتی در زمینه بازار در سطوح ملی و بین‌المللی، وجود واسطه‌ها و دلال‌ها، ضعف در نظام قیمت‌گذاری، عدم نظارت بر بازار، کمبود امکانات زیرساختی از موانع اصلی پیشروی کارآفرینان است. این بدان معناست که اگرچه در سیاست‌های کلی توجه به بازار از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؛ اما فقط در سند است و نه در عمل. نتایج در رابطه با بررسی ابعاد فرهنگ شکست، نشان داد میزان عدم‌پذیرش شکست در جامعه مورد مطالعه بالا است. به این معنی که تمایل کمتری به پذیرش معانی ضمنی شکست در جامعه روستایی وجود دارد. متأسفانه در جامعه ما شکست خوردن نه تنها ارزش نیست؛ بلکه ضدارزش است. همین موضوع باعث شده است به دلیل ترس از شکست، بسیاری از افراد جامعه علاقه و رغبتی به راه‌اندازی کسب‌وکارهای کارآفرینانه نداشته باشند. در رابطه با بعد شانس دوم نیز نتایج نشان داد که جامعه روستایی با دادن فرصت دوباره به افراد شکست‌خورده، موافق هستند. البته باید توجه داشت میزان موافقت جامعه با دادن فرصت دوباره به کارآفرینان شکست‌خورده، بستگی به دلیل ورشکستگی کارآفرینان دارد. نتایج مطالعات نیز نشان می‌دهد زمانی که جامعه کلاهبرداری را به‌عنوان عامل شکست کارآفرینان احتمال دهد، کمتر با دادن شانس دوباره موافق است. این اعتقاد وجود دارد که فقدان آگاهی در مورد دلیل اصلی شکست کارآفرینان از عوامل تأثیرگذار بر حمایت جامعه از افراد شکست‌خورده است (Landier, 2005). نتایج بررسی فرهنگ کارآفرینانه در جامعه مورد مطالعه نشان داد که فرهنگ جمع‌گرایی، فرهنگ غالب در بین جامعه روستایی است. ساخت جغرافیایی، اقتصادی و فرهنگی جامعه روستایی ایران در طول قرن‌ها منجر به پیدایش نهادهای مشارکتی شده که بر پایه همکاری و یاری‌گری شکل گرفته است. گرچه تغییراتی که در چند دهه گذشته و بخصوص از زمان اصلاحات ارضی در ساخت اجتماعی روستاهای ایران صورت گرفته بسیاری از نهادهای مشارکتی را از بین برده است؛ اما سنت‌های این نوع مشارکت‌ها از لحاظ فرهنگی هنوز به قوت خود باقی است. از سوی دیگر بافت روستاهای ایران با توجه به موقعیت اقلیمی آن، زمین و آب به گونه‌ای بوده که همکاری و هم‌یاری می‌طلبیده است. این یافته توسط نتایج مطالعه هاشمی و همکاران (۱۳۹۲) تأیید می‌گردد. نتایج بررسی دومین بعد از ابعاد ارزشی هافستد در بین جامعه نشان داد که فرهنگ اجتناب از عدم قطعیت یا

به عبارتی، ریسک‌گریزی در بین جامعه روستایی غالب است. این یافته هم‌راستا با نتایج مطالعات شریف‌زاده و همکاران (۱۳۹۳) و مولر و توماس (Mueller & Thomas, 2000) است. روستاییان با ویژگی‌هایی از قبیل درون‌گرایی، انعطاف‌ناپذیری و مقاومت در برابر تغییر، مایل به ریسک‌پذیری در قالب فعالیت‌های کارآفرینی نیستند و غالباً شیوه زندگی سنتی و معیشتی را ترجیح می‌دهند که مانع نوآوری و خلاقیت و کارآفرینی می‌شود.

نتایج رتبه‌بندی شایستگی‌های کارآفرینانه در بین کارآفرین نشان داد که شایستگی‌های روابط، فنی و اخلاقی به ترتیب بالاترین رتبه‌ها را کسب کرده‌اند. شایستگی‌ها زمینه‌محور هستند، نظیر رفتارها (که شایستگی‌ها را مشخص می‌کنند) که در یک فرهنگ ارزشمند هستند ممکن است ضرورتاً آن‌هایی نباشند که در فرهنگ دیگر ارزشمند هستند؛ بنابراین، در تحقیق حاضر کاملاً بدیهی است که شایستگی روابط در اولویت بالاتری برای کارآفرینان قرار بگیرد. نتایج مطالعات استینما و همکاران (Steensma et al., 2000) و مارینو و همکاران (Marino et al., 2002) نیز این یافته را تأیید می‌کنند. آن‌ها معتقدند که تمایل به درگیری در تعامل‌های اجتماعی، شامل ایجاد روابط، به واسطه فرهنگ جمع‌گرا تحت تأثیر قرار می‌گیرند. همچنین، یافته‌ها نشان داد که کارآفرینان در رابطه با شایستگی‌های سازماندهی و رهبری و راهبردی دچار ضعف هستند. ضعف کارآفرینان در شایستگی‌های سازماندهی و رهبری و راهبردی نسبت به سایر شایستگی‌ها می‌تواند بر موفقیت آنان اثرگذار باشد. کسب‌وکارهایی که به شیوه مطلوبی گردانده می‌شوند، نه تنها بازار محور هستند؛ بلکه در رأس هرم قدرت، رهبرانی قوی دارند که می‌دانند چه کار می‌کنند. این یافته با نتایج سولسویک (Solesvik, 2012) و ایران‌دوست و همکاران (۱۳۹۲) هم‌راستا است.

نتایج بررسی زیرسیستم سرمایه مالی نشان داد که کارآفرینان روند طولانی فرایند درخواست، بالابودن میزان بهره و فقدان وثیقه را به ترتیب به‌عنوان مهم‌ترین موانع دریافت وام از سوی بانک‌ها ذکر کرده‌اند. یافته‌های مطالعات ایبن (Ebben, 2008)، موتزو (Mutezo, 2005)، تولاک (Tullock, 2010) و دیکنز و همکاران (Deakins et al., 2008) نتایج مزبور را تأیید می‌کنند. شرایط پرداخت وام در سیستم بانکی مبتنی بر ارائه اسناد و مدارک عدیده معتبر از جمله وثیقه ملکی و ضامن است. برای بسیاری از کارآفرینان ارائه وثیقه ملکی و یا ضامن مشکلاتی به همراه دارد که در نتیجه عملاً نتوانسته‌اند از این امکان برخوردار شوند. این مشکل برای کارآفرینان جوان بیشتر وجود دارد. چون افراد جوان اغلب دارایی‌های ثابت، سابقه مالی و ضمانت کافی جهت دریافت وام ندارند. نتایج اولویت‌بندی ابعاد سرمایه اجتماعی در بین کارآفرینان کشاورزی نشان داد که از بین ابعاد سرمایه اجتماعی، بعد رابطه‌ای بیش از سایر ابعاد در بین کارآفرینان شهرستان کرمانشاه وجود داشت و کمترین اولویت به بعد شناختی اختصاص یافت. بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی به انواع روابط فردی می‌پردازد که افراد در طول تعاملات خود ایجاد می‌کنند. با افزایش میزان تعاملات بین افراد، کارآفرینان نوپا ساده‌تر می‌توانند اعتماد را گسترش دهند و به دنبال آن تبادل اطلاعات و منابع بین اعضای شبکه تسهیل می‌شود. برای مثال، احتمال سرمایه‌گذاران در کسب‌وکارهای جدیدی که از قبل با صاحبش رابطه مستقیم داشته‌اند بیش‌تر است؛ زیرا این روابط حسی از تعهد و اعتماد ایجاد می‌شود. این موضوع با یافته‌های پژوهش لایو و ولش (Liao & Welsch, 2003) هم‌سو است. آن‌ها نقش سرمایه اجتماعی را در شکل‌گیری کسب‌وکارهای جدید بررسی کردند. آن‌ها معتقدند آن‌چه اهمیت دارد فقط سطح سرمایه اجتماعی نیست؛ بلکه آن‌چه برای کارآفرینان نسبت به غیر کارآفرینان اهمیت دارد این است که آن‌ها چگونه تعامل‌ها و پیوندهای اجتماعی‌شان (سرمایه ساختاری) را برای نفوذ و شکل‌دادن هنجارها و شبکه‌هایشان (سرمایه شناختی) و در نهایت توسعه اعتماد و دستیابی به حمایت و پشتیبانی عوامل گوناگون (سرمایه رابطه‌ای) استفاده می‌کنند.

در مجموع، می‌توان گفت ارتباط و تعامل مؤلفه‌های اکوسیستم بسیار مهم است. همان‌طور که یافته‌ها نشان می‌دهد تمام زیرسیستم‌های اکوسیستم کارآفرینی همانند قطعه‌های پازل به یکدیگر مرتبط و در تعامل هستند و ضعف در یک زیرسیستم باعث بروز مشکل در زیرسیستم‌های دیگر می‌گردد. اگر هرکدام از این زیرسیستم‌ها به‌درستی عمل نکنند، تمام سیستم رنج

می‌برد و اکوسیستم نمی‌تواند در توانمندسازی کشاورزان کارآفرین مؤثر باشد؛ بنابراین، توسعه کارآفرینی کشاورزی تنها زمانی اتفاق می‌افتد که عناصر و عاملان اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی وظایف خود را به درستی انجام دهند. بر این اساس، می‌توان گفت توسعه کارآفرینی کشاورزی در استان کرمانشاه نیازمند یک محیط مناسب فرهنگی است که حامی کارآفرینی باشد و افراد را به کار، تولید، فکر و اندیشه خلاق و یادگیری و کسب دانش سوق دهد و تحمل بیشتری برای شکست داشته باشد، سیاستی که نه تنها مردم بیشتری را به در نظر گرفتن کارآفرینی به عنوان یک گزینه تشویق می‌کند؛ بلکه همین‌طور انتقال آسان به مراحل اولیه کسب‌وکار واقعی را تسهیل کند و محیط حمایتی را فراهم کند که کسب‌وکارها بتوانند شروع کنند، رونق یابند و ماندگار بمانند، کارآفرینانی با سرمایه اجتماعی بالا و دارای شایستگی‌های کارآفرینانه به طوری که توانایی اجرای فعالیت‌های کارآفرینانه را به طور مؤثر ایجاد کنند، سرمایه مالی که به سهولت در دسترس کارآفرینان باشد، بازاری که تمام مؤلفه‌های آن به درستی عمل نمایند و نظام حمایتی که خدمات باکیفیت و هماهنگی را به کارآفرینان ارائه دهد و آن‌ها را به وجد بیاورد؛ بنابراین، عناصر اکوسیستم باید به طور هم‌زمان مورد نظر قرار بگیرند تا از طریق هم‌افزایی توانایی اکوسیستم را افزایش دهند. چنین افزایشی در توانایی تنها زمانی روی می‌دهد که زیرسیستم‌های اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی در کنار یکدیگر بتوانند ارزشی را ایجاد کنند که به تنهایی قادر به خلق آن نباشند. پس به جرئت می‌توان گفت تنها در این صورت است که اکوسیستم تقویت می‌شود که کارآفرینان بیشتری را تولید کند که آن‌ها نیز به نوبه خود اکوسیستم را تقویت می‌کنند. به عبارت دیگر، موفقیت، موفقیت به وجود می‌آورد.

منابع

- اسکندری، فرزاد. (۱۳۸۵). بررسی و تبیین راهکارهای توسعه کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشاورزی ایران. رساله دکتری در رشته ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی، پردیس علوم کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه تهران (کرج).
- ایراندوست، عبدالله، قوامی پور، محسن،، ابراهیم‌نژاد، روح اله. و حسین‌پور، داوود. (۱۳۹۲). عوامل کلیدی اثرگذار بر موفقیت کسب‌وکارهای خانوادگی اولویت‌بندی با روش تحلیل شبکه‌ای. توسعه کارآفرینی، ۶ (۲)، ۵۵-۷۴.
- خالدی، کوهسار. و رحیم‌زاده، ایوب. (۱۳۸۷). قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای فراروی صادرات کشاورزی ایران. اقتصاد کشاورزی و توسعه، ۱۶ (۶)، ۸۳-۱۰۴.
- ریاحی، و.، نوری، آ. (۱۳۹۳). تنوع‌بخشی فعالیت‌های اقتصادی و پایداری روستاها، مورد: شهرستان خرم‌دره. اقتصاد و فضا و توسعه روستایی، ۳ (۴)، ۱۱۳-۱۲۸.
- شریف‌زاده، ابوالقاسم، محبوبی، محمدرضا. و عربیون، ابوالقاسم. (۱۳۸۸). تبیین مؤلفه‌های توسعه کسب‌وکارهای کشاورزی استان گلستان. توسعه کارآفرینی، ۴، ۸۵-۱۱۲.
- شفیعی، لادن. و پورجوپاری، زهرا. (۱۳۸۵). بررسی بازاریابی محصولات گلخانه‌ای در استان کرمان. مجله کشاورزی، ۸ (۲)، ۲۳-۳۴.
- سخته، شقایق. و کریمی، آصف. (۱۳۹۷). عوامل مؤثر بر نوآوری باز در کارآفرینی دیجیتال. توسعه کارآفرینی، ۱۱ (۴)، ۷۱۹-۷۳۷.
- قنبرعلی، رضوان، آگهی، حسین، علی‌بیگی، امیرحسین، زرافشانی، کیومرث. (۱۳۹۳). واکاوی اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی شهرستان کرمانشاه. رساله دکتری در رشته توسعه کشاورزی، پردیس علوم کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه رازی.
- کریمی، آصف. و بوذرجمهری، شهریار. (۱۳۹۲). تحلیل موانع تأمین مالی برای شرکت‌های کوچک و متوسط. توسعه کارآفرینی، ۶ (۱)، ۱۴۴-۱۲۵.
- موحدی، رضا. و یعقوبی، احمد. (۱۳۹۱). درآمدی بر کارآفرینی روستایی. انتشارات دانشگاه بوعلی سینا، همدان.
- هاشمی، سعید، ایمنی، سیاوش، مطیعی لنگرودی، حسن، قدیری معصوم، مجتبی. و رضوانی، محمدرضا. (۱۳۹۲). توسعه کارآفرینی روستایی با تأکید بر نهادهای محلی. مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، ۳، ۱-۲۶.
- لیاسی محمدی، قنبر. و نوتاش، هادی. (۱۳۹۰). شناسایی ریشه‌های شکست کارآفرینان کارکشته ایرانی: نگاهی روایتی گفتمانی. توسعه کارآفرینی، ۴ (۱۳)، ۱۴۹-۱۳۱.

- Bernardez, M. (2009). *The power of entrepreneurial ecosystems: extracting “booms” from “busts”* Chicago:IL: Global Business Press.
- Brush, C., Greene, P. & Hart, M. (2001). From initial idea to unique advantage: the entrepreneurial challenge of constructing a resource base. *Academy of Management Executive*, 15, 64–78.
- Cohen, B. (2006). Sustainable Valley Entrepreneurial Ecosystems. *Business Strategy and the Environment*, 15(1), 1-14.
- Curveball Ltd. (2012). *Cyprus Entrepreneurship Ecosystem: A Roadmap to Economic Growth*, ISBN Number: 978-9963-2863-0-0.
- Dahshan, M. Tolba A. & Badreldin, T. (2010). *Enabling entrepreneurship in Egypt: toward a sustainable dynamic model*. Cairo: Entrepreneurs Business Forum -Egypt.
- Deakins, D., North, D., Baldock, R. & Whittam, G. (2008). SMEs’ Access to Finance: Is there still a debt finance gap?. *Institute for Small Business & Entrepreneurship*, 5-7, 1-19.
- Ebben, J.J. (2008). Bootstrapping and the financial conditions of small firms. *International Journal of entrepreneurial behavior & research*, 15(4), 346-363.
- Eze, S.O., Onwubuya, E.A. & Ezech, A.N. (2010). Women Marketers’ Perceived Constraints on Selected Agricultural Produce Marketing in Enugu South Area: Challenges of Extension Training for Women Groups in Enugu State, Niger. *Agro-Science Journal of Tropical Agriculture, Food, Environment and Extension*, 9 (3): 215-222.
- Forfas, F. (2009). *Entrepreneurial Ecosystem: South West Ireland, Rethinking Entrepreneurship*. Baseline Data & Analysis, South West Ireland. Dublin. www.forfas.ie.
- GEM. (2012). *Entrepreneurship ecosystem in Turkey: an overview*. Global entrepreneurship program.
- Isenberg, D. (2012). *Introducing the Babson Entrepreneurship Ecosystem Project*. The Babson Global.
- Isenberg, D. (2011a). The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship’. *Presentation at the Institute of International and European Affairs*, May 12, 2011, Dublin Ireland. Available on line at <http://entrepreneurial-revolution.com/> (last accessed:01/27/2012).
- Isenberg, D. (2011b). *How to Foment an Entrepreneurial Revolution*. The Babson Entrepreneurship Ecosystem Project.
- Kalloch, A.L. (2012). Star-up city: Growing New York city’s entrepreneurial ecosystem for all. *Report of Manhattan Borough President*, 1-32. www.mbpo.org/blog.asp.
- Kantis, H. & Federico, S. (2011). *Entrepreneurial Ecosystems in Latin America: the role of policies*. Entrepreneurial Development Programme (PRODEM) – Institute of Industry, Universidad Nacional de General Sarmiento (Argentina).
- Landier, A. (2005). *Entrepreneurship and the stigma of failure* (Working paper). New York City: Stern School of Business
- Liao, J. & Welsch, H. (2003). Social capital and entrepreneurial growth aspiration: a comparison of technology- and non-technology-based nascent entrepreneurs. *Journal of High Technology Management Research*, 14, 149–170.
- Marino, L., Strandholm, K., Steensma, H.K. & Weaver, K.M. (2002). The moderating effect of national culture on the relationship between entrepreneurial orientation and strategic alliance portfolio extensiveness. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(4), 145-160.
- Mueller, S. L. & Thomas, A. S. (2000). Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. *Journal of Business Venturing*, 16, 51–75.
- Mutezo, A.T. (2005). Obstacles in the access to SMME finance: an empirical perspective on Tshwane. *Master thesis*, university of South Africa, Pretoria, South Africa.
- Planning Commission. (2012). Creating a Vibrant Entrepreneurial Ecosystem in India: Report of the Committee on Angel Investment and Early Stage Venture Capital. *Working Papers* id:5118, eSocialSciences.
- Shiri, N. & Jafari-Sadeghi, V. (2022). Corporate social responsibility and green behaviour: Towards sustainable food-business development. *Corporate Social Responsibility and Environmental management*. <https://doi.org/10.1002/csr.2377>.
- Solesvik, M. (2012). Entrepreneurial competencies in emerging economy context. In *17th Nordic Conference on Small Business Research*, Helsinki.–2012.–23-25 May.
- Steensma, K., Marino, L., Weaver, M. & Dickson, P. (2000). The influence of national culture in the formation of technology alliances by entrepreneurial firms. *Academy of Management Journal*, 43(5), 951-973.

- Suresh, J. & R. Ramraj. (2012). Entrepreneurial ecosystem: case study on the influence of environmental factors on entrepreneurial success. *European Journal of Business and Management*, 4(16), 95-101.
- Tullock, Z. (2010). Capital constraints to entrepreneurial start-ups in south Africa's emerging agribusiness industry, Gordon institute of business science, university of Pretoria, *degree of Master of business administration*.