

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ



شرکت کارکیا آبان یگانه ترنگ



وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
مجتمع آموزش عالی بوم
معاونت پژوهش و فناوری

شناسایی و اولویت‌بندی عوامل موثر بر کارآفرینی و توسعه کسب و کارهای کشاورزی

شماره معرفی‌نامه نهایی: ۷۰۵/۱۴۰۰/۲۵۷

شماره تفاهم‌نامه فی مابین مجتمع و شرکت: ۷۰۵/۱۴۰۰/۲۳۲

مریم ضیاآبادی

کلیه حقوق مادی و معنوی این طرح پژوهشی و دستاوردهای آن، متعلق به مجتمع آموزش عالی بوم و شرکت کارکیا آبان یگانه ترنگ (شتاب‌دهنده کایت) می‌باشد.

تابستان ۱۴۰۰

شناسنامه طرح پژوهشی-تحقیقاتی شماره

مجتمع آموزش عالی بم

شناسایی و اولویت‌بندی عوامل موثر بر کارآفرینی و توسعه کسب و کارهای کشاورزی	عنوان فارسی
Identify and prioritize the factors affecting entrepreneurship and development of agricultural businesses	عنوان انگلیسی
کاربردی-توسعه‌ای-راهبردی	نوع پژوهش بر اساس هدف
توصیفی-تحلیلی و مدل‌سازی	نوع پژوهش بر اساس ماهیت و روش
شرکت کارکیا آبان یگانه ترنگ (شتاب‌دهنده کایت)	سازمان یا نهاد سفارش دهنده
مریم ضیاآبادی/ گروه آموزشی جهانگردی هتلداری مجتمع آموزش عالی بم	مجری طرح/ گروه آموزشی
-	همکاران طرح/ گروه آموزشی/ محل خدمت
۱۰۰	درصد مشارکت مجری و همکاران (به ترتیب دو ردیف قبل)
۱۴۰۰/۰۴/۰۱	تاریخ تصویب طرح
۱۴۰۰/۰۴/۰۱	تاریخ شروع طرح
۱۴۰۰/۰۶/۳۱	تاریخ پایان طرح
۳ ماه	مدت زمان اجرا
ارائه نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید کارآفرینی کشاورزی و ارائه استراتژی‌ها و راهبردهای توسعه کارآفرینی برای شرکت سفارش دهنده	مشخصات دستاوردهای طرح

گواهی پایان موفقیت آمیز اجرای طرح پژوهشی

شماره نامه: ۷۰۵/۱۴۰۰/۰۰۰۰

تاریخ: ۱۴۰۰/۰۰/۰۰

بدین وسیله گواهی می‌شود طرح پژوهشی شماره با عنوان « شناسایی و اولویت‌بندی عوامل موثر بر کارآفرینی و توسعه کسب و کارهای کشاورزی » توسط سرکار خانم مریم ضیاآبادی استادیار دانشکده گردشگری گروه آموزشی جهانگردی و هتلداری مجتمع آموزش عالی بم به عنوان مجری طرح با حصول به دستاوردهای مورد نظر شرکت سفارش دهنده طرح و ارائه گزارش نهایی صحافی شده به حوزه معاونت پژوهشی مجتمع با موفقیت اجرا شده و به پایان رسیده است. همچنین درصد مشارکت همکاران این طرح مطابق با جدول ذیل تأیید می‌گردد. دوام توفیقات روزافزون ایشان را از درگاه حق تعالی مسئلت دارم.

لازم به تذکر است که پیشنهاد طرح بس از فرایند ارزیابی و اصلاحات مورد نظر داوران در تاریخ ۱۴۰۰/۰۰/۰۰ در شورای تخصصی پژوهش و فناوری مجتمع آموزش عالی بم مصوب و قرارداد شروع آن در تاریخ ۱۴۰۰/۰۴/۰۱ به شماره ۷۰۵/۱۴۰۰/۲۵۷ با نماینده مجتمع منعقد شده است. این طرح پس از ارزیابی کامل مستندات ارائه شده توسط شورای تخصصی پژوهش و فناوری مجتمع آموزش عالی بم، در تاریخ ۱۴۰۰/۰۰/۰۰ پایان یافته اعلام شده است.

نام و نام خانوادگی	سمت در طرح	درصد همکاری	مرتبۀ علمی	محل خدمت
مریم ضیاآبادی	مجری طرح	۱۰۰	استادیار	مجتمع آموزش عالی بم

با آرزوی توفیق روزافزون

علی دریجانی

معاون آموزشی، پژوهشی و دانشجویی

مجتمع آموزش عالی بم

قدردانی و سپاس‌گزاری

با احترام فراوان از حمایت و همکاری مسئولین محترم مجتمع آموزش عالی بم، آقای دکتر محمدعلی نوراللهی رئیس مجتمع آموزش عالی بم، آقای دکتر علی دریجانی، معاون آموزشی، پژوهشی و دانشجویی مجتمع، آقای دکتر بیژن / مامی‌پور، مدیر امور پژوهش و فناوری مجتمع و جناب آقای مهندس مهرداد سلمانی رئیس محترم شرکت کارکیا آبان یگانه ترنگ (شتاب‌دهنده کایت) و بویژه نماینده گرامی آن شرکت سرکار خانم دکتر بهاره ناصری کمال تشکر را دارم.

چکیده

با توجه به رشد سریع فناوری‌های نوظهور در عرصه کسب و کار، اهمیت کارآفرینی و ایجاد کسب و کارهای نوآورانه رو به افزایش است. بنابراین کارآفرینان یک عنصر کلیدی در جوامع می‌باشند که تاثیر بسزایی در بهره‌وری، نوآوری، اشتغال و رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی دارند. هدف پژوهش حاضر شناسایی و اولویت‌بندی عوامل موثر بر کارآفرینی کشاورزی و کسب و کارهای مربوط به آن است. بدین منظور ابتدا با مروری بر مطالعات پیشین و مصاحبه با خبرگان حوزه کارآفرینی، کشاورزی و صاحبان کسب و کارهای کشاورزی استان کرمان، مجموعه‌ای از مولفه‌های کارآفرینی کشاورزی استخراج شدند. سپس با استفاده از ابزار پرسشنامه و نرم افزارهای آماری Spss، Excel و Expert choice داده‌ها و آمار جمع آوری شده و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. در نهایت بر اساس ماتریس مقایسات زوجی عوامل درونی و بیرونی موثر بر کارآفرینی کشاورزی شناسایی و اولویت‌بندی شدند. در ادامه برای بررسی وضعیت موجود و تدوین استراتژی‌های موثر در این پژوهش از ماتریس SWOT استفاده شده است. در این تکنیک نقاط قوت و ضعف بر پایه تجزیه و تحلیل داخلی سازمان و فرصت‌ها و تهدیدها بر پایه تجزیه و تحلیل محیط بیرونی سازمان بیان شدند. نتایج مطالعه حاکی از آن است که توسعه کارآفرینی به آمادگی زمینه‌ها و بسترهای فرهنگی و اجتماعی، همکاری نظام‌های آموزشی و پژوهشی، ساختارهای اداری و مالی و سایر ساز و کارهای حمایتی نیاز دارد. سرانجام با تدوین استراتژی‌های مناسب سعی شده است، گامی موثر در جهت بهبود کارآفرینی، توسعه کسب و کارهای کشاورزی و توسعه بخش کشاورزی استان کرمان برداشته شود.

کلمات کلیدی: کارآفرینی، کشاورزی، تحلیل سوات، استراتژی

فهرست مطالب

فصل اول : مقدمه و کلیات	۱۳
۱-۱- مقدمه	۱۴
۲-۱- بیان مسأله	۲۱
۳-۱- ضرورت انجام تحقیق	۲۳
۴-۱- اهداف پژوهش	۲۵
۵-۱- نوآوری تحقیق	۲۵
۶-۱- روش انجام تحقیق	۲۵
۷-۱- کاربرد پژوهش	۲۷
۸-۱- جمع‌بندی	۲۷
فصل دوم: مروری بر ادبیات و پیشینه تحقیق	۲۹
۱-۲- مقدمه	۲۹
۲-۲- مروری بر پیشینه تحقیق	۳۰
۱-۲-۲- پیشینه داخلی تحقیق	۳۰
۲-۱-۲- پیشینه خارجی تحقیق	۴۲
فصل سوم: روش شناسی تحقیق	۴۸
۱-۳- مقدمه	۴۹
۲-۳- روش‌شناسی، مراحل و فرآیند بررسی عوامل موثر بر کارآفرینی کشاورزی	۵۰
۳-۳- روش و ابزار گردآوری داده‌ها	۵۴
۱-۳-۳- روایی پرسشنامه	۵۴
۲-۳-۳- روش نمونه‌گیری و حجم نمونه	۵۴

۵۵	۴-۳- تدوین چهارچوب طراحی شاخص‌های تحقیق
۵۷	۳-۵- مروری بر روش دلفی
۵۷	۳-۵-۱- تشکیل گروه‌های کاری دلفی
۵۸	۳-۵-۲- روش گردآوری اطلاعات
۵۸	۳-۶- فرآیند تحلیل سلسله مراتبی
۵۹	۳-۶-۱- چارچوب مفهومی فرآیند تحلیل سلسله مراتبی
۶۴	۳-۷- روش‌های تحلیل و آزمون فرضیات
۶۴	۳-۷-۱- رویکرد تحلیل راهبردی (SWOT)
۶۷	۳-۸- ویژگی‌های منطقه مورد مطالعه (استان کرمان)
۷۰	۳-۹- جمع بندی
۷۱	فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده‌ها
۷۲	۴-۱- مقدمه
۷۲	۴-۲- انتخاب شاخص‌های نهایی
۷۵	۴-۳- اولویت‌بندی معیارهای کارآفرینی کشاورزی
۷۶	۴-۴- اولویت‌بندی عوامل و معیارهای کارآفرینی کشاورزی
۷۶	۴-۴-۱- اولویت‌بندی عوامل و ابعاد اصلی
۷۶	۴-۴-۲- اولویت‌بندی معیارهای عوامل درونی موثر بر کارآفرینی کشاورزی
۷۷	۴-۴-۳- اولویت‌بندی معیارهای عوامل بیرونی موثر بر کارآفرینی کشاورزی
۸۳	۴-۱۳- جدول اولویت‌بندی معیارهای زیست محیطی (عوامل بیرونی)
۸۴	۴-۵- ماتریس عوامل داخلی و خارجی
۹۰	۴-۶- جمع بندی
۹۱	فصل پنجم: بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادها
۹۲	۵-۱- مقدمه
۹۲	۵-۲- بحث
۱۰۷	فهرست منابع

فهرست جدول‌ها

عنوان جدول	صفحه
جدول ۳-۱- عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی.....	
جدول ۳-۲- پرسشنامه‌های توزیع شده و جمع آوری شده در پانل دلفی.....	
جدول ۳-۳- ماتریس مقایسه زوجی.....	
جدول ۳-۴- مقیاس ۹ کمیتی ساعتی برای مقایسه دودوئی گزینه‌ها.....	
جدول ۳-۵- مراحل دادن ضریب اهمیت، رتبه و امتیاز.....	
جدول ۳-۶- ماتریس SWOT.....	
جدول ۳-۷- ماتریس تطبیق SWOT و استراتژی‌ها.....	
جدول ۴-۱- نتایج محاسبه ضریب آلفای کرونباخ.....	
جدول ۴-۲- اولویت‌بندی ابعاد پژوهش.....	
جدول ۴-۳- اولویت‌بندی معیارهای عوامل روانشناختی (فردی).....	
جدول ۴-۴- اولویت‌بندی معیارهای عوامل بیرونی موثر بر کارآفرینی کشاورزی.....	

- جدول ۴-۵ اولویت‌بندی معیارهای عوامل اقتصادی (عوامل بیرونی).....
- جدول ۴-۶ اولویت‌بندی معیارهای عوامل ترویجی آموزشی (عوامل بیرونی).....
- جدول ۴-۷ اولویت‌بندی معیارهای عوامل اجتماعی- فرهنگی (عوامل بیرونی)
- جدول ۴-۸ اولویت‌بندی معیارهای عوامل خانوادگی (عوامل بیرونی).....
- جدول ۴-۹ اولویت‌بندی معیارهای عوامل نهادی - قانونی (عوامل بیرونی).....
- جدول ۴-۱۰ اولویت‌بندی معیارهای عوامل زیر ساختی - محیطی (عوامل بیرونی)...
- جدول ۴-۱۱ اولویت‌بندی معیارهای عوامل فنی (عوامل بیرونی)
- جدول ۴-۱۲ اولویت‌بندی معیارهای عوامل اخلاقی (عوامل بیرونی).....
- جدول ۴-۱۳ اولویت‌بندی معیارهای زیست محیطی (عوامل بیرونی).....
- جدول ۴-۱۴- نتایج ارزیابی ماتریس عوامل داخلی.....
- جدول ۴-۱۵- نتایج ارزیابی ماتریس عوامل خارجی.....
- جدول ۴-۱۶- اولویت‌بندی استراتژی‌های مناسب توسعه مهارت‌های کارآفرینی
- کشاورزی.....

فهرست شکل‌ها

صفحه

عنوان شکل

- شکل ۳-۱ - مراحل اجرای روش دلفی.....
- شکل ۳-۲ - موقعیت استراتژیک منطقه گردشگری.....
- شکل ۳-۳ - چارچوب تحلیل سوات در پژوهش حاضر.....
- شکل ۴-۱ - طیف کیفی میزان اهمیت شاخص‌ها.....
- شکل ۴-۲ - ماتریس سوات و تعیین نوع استراتژی‌ها.....

فصل اول

مقدمه و کلیات

۱-۱- مقدمه

تغییر و تحولات سریع علم و فناوری در سال‌های اخیر، کشورها به ویژه کشورهای در حال توسعه را با چالش‌های جدیدی روبرو ساخته است که گذر از آن‌ها نیازمند به کار گرفتن رویکردها و روش‌های خلاقانه است. کارآفرینی فرایند خلق شی‌های جدید و با ارزش از طریق اختصاص دادن زمان و تلاش مورد نیاز، در نظر گرفتن ریسک‌های مالی، روانی و اجتماعی همراه با رسیدن به پاداش‌های پولی، رضایت فردی و استقلال می‌باشد. نقش کارآفرینی و وجود افراد کارآفرین در فرایند رشد و توسعه اقتصادی تعیین کننده است و شاید به همین دلیل اقتصاددانان، کارآفرینی را موتور رشد اقتصادی تعبیر کرده اند. کارآفرینی از طریق کشف فرصت‌ها و بهره برداری مناسب از آن‌ها، ایجاد فرصت‌های اشتغال و تغییر در محیط زندگی می‌تواند به توسعه کمک کند. (بابایی و همکاران، ۱۳۹۲).

کارآفرینی پدیده‌ای فرابخشی و چندوجهی است به نحوی که از یک سو، متأثر از ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و سیاسی می‌باشد و از سوی دیگر بر این ابعاد تاثیرگذار است. از این رو توسعه کارآفرینی در گروهی توجه به موضوعات مختلف از زوایا و جنبه‌های متعدد می‌باشد که ضرورت شناسایی و اولویت‌بندی عوامل موثر بر آن را آشکار می‌سازد. بسیاری از کارآفرینان در ایران با موانعی همچون دگرگونی سیاست‌های دولت، به کارگیری سیاست‌های سلیقه‌ای، ناسالم بودن محیط کسب و کار، بی‌ثباتی مدیران و کارفرمایان دولتی، وجود قوانین نامناسب و غیر حمایتی، نبود اطمینان محیطی، نبود زیرساخت‌های تجاری، نبود حمایت اجتماعی و فرهنگی، نامناسب بودن بازار، بهره‌بالای بانکی و ... رو به رو هستند که فضای نامساعد کسب و کار را پیش روی آن‌ها قرار داده است.

در ادبیات نظری ریشه لغت کارآفرینی از کلمه فرانسوی entrepreneur نشات گرفته است که به معنی بر عهده گرفتن است و اشاره به کسی دارد که یک فعالیت را با قبول مخاطرات آن آغاز می‌کند (کودا و

همکاران^۱، ۲۰۱۸) واژه کارآفرینی از یکسو، رویکرد توسعه اقتصادی است که مورد توجه برخی از کشورها قرار گرفته که از طریق کارآفرینی توانسته‌اند به توسعه دست یابند و از سویی دیگر به معنای توانایی راه اندازی کسب و کارهای جدید فروش ایده یا خدمتی جدید می‌باشد که بسیار ارزشمند و پایان ناپذیر است (شریف زاده و همکاران، ۱۳۹۵). مفهوم کارآفرینی در بر گیرنده مؤلفه‌ها و ویژگی‌های مختلفی است، از جمله کانتیلون ریسک پذیری را مؤلفه اصلی کارآفرینی می‌داند (سورین جورج^۲، ۲۰۱۳) و کارآفرین را فردی می‌داند که قدرت پیش بینی دارد و با کاهش خطرات، کاری را برای سود بیشتر ایجاد می‌کند (تولوس و یورتکر^۳، ۲۰۱۵). کرزتر شناسایی فرصت‌ها را عنصر اصلی کارآفرینی در نظر می‌گیرد. از دیدگاه او کارآفرین کسی است که سریع‌تر از دیگران فرصت‌های کسب و کار را شناسایی می‌کند (فراهانی و الوندی، ۱۳۹۹). تعاریف کارآفرینی که در مقالات و کتب مختلف و از دیدگاه صاحب نظران متعدد ارائه شده است، بطور قابل ملاحظه‌ای به هم شباهت دارند (مکنزی و دیکامبو^۴، ۱۹۸۶). معتقدند که فعالیت کارآفرینانه می‌تواند شامل توسعه یک محصول جدید تا ایجاد یک فرایند اثربخش باشد و یا می‌توان کارآفرینی را به عنوان فرایند توسعه محصولات با بازارهای جدید تعریف کرد.

کیاراتو و همکاران^۵ (۱۹۹۰) کارآفرینی را به عنوان ایجاد کسب و کارهای جدید در درون چارچوب شرکت-های مادر توصیف می‌نمایند. مگراتیز و همکاران^۶ (۱۹۹۲) کارآفرینی را به عنوان ابزار شرکت‌ها برای افزایش ثبات اقتصادی‌شان در بلندمدت تعریف می‌نمایند و آریا^۷ (۱۹۹۶) معتقد است که کارآفرینی دارای سه بعد می‌باشد که عبارتند از: نوآوری، توسعه محصولات، خدمات و فرایندهای جدید و ریسک‌پذیری. همه تعاریفی که از کارآفرینی ارائه شده است تا حدود زیادی نامتناقض بوده‌اند و زاهرا با بررسی پیشینه کارآفرینی

1 . Coda et al.

2 . Sorin-George

3 . Tülüce & Yurtkur

4 . McKenzie and Dikambo

5 . Kiaratho et al.

6 . McGratis

7 . Aria

برد که بیشتر تعاریفی که در زمینه کارآفرینی مطرح شده است، آن را به عنوان یک فعالیت نوآورانه در محیط کسب و کار با سازمان معرفی می‌نماید. پیرز^۸ (۲۰۰۳) اساس کارآفرینی را با دو عامل فرصت و تمایل به کار آفرین شدن تعیین می‌کنند. در بستر سازی توسعه کارآفرینی، عوامل مختلفی تاثیرگذار است. این عوامل را می‌توان به دو گروه کلی تقسیم کرد عوامل محیطی و عوامل فردی (هاشمی و همکاران، ۲۰۱۱)، از دیدگاه لرد کیهانیزه، توسعه کارآفرینی به عوامل فرهنگی اجتماعی، محیطی، زیرساختی، اقتصادی و نهادی بستگی دارد که در ادامه به آن‌ها اشاره می‌شود. عوامل فرهنگی اجتماعی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر کارآفرینی در هر جامعه فرهنگ حاکم بر آن جامعه است: فرهنگی که برای افراد کارآفرین، ارزش قائل است و افراد بیشتری را به کارآفرینی تشویق می‌کند. رابطه ای قوی بین فرهنگ مردم و تمایل به کارآفرینی وجود دارد بنابراین دولت‌ها با تدوین سیاست‌هایی که مشوق رفتار کارآفرینانه است می‌توانند فرهنگ کارآفرینی را تقویت کنند. فراهانی و هیئت حسینی^۹ (۲۰۱۳) عوامل اقتصادی و کمبود سرمایه در مناطق روستایی که ناشی از پایین بودن سطح درآمد و در نتیجه، اندک بودن پس انداز خانوارهاست، یکی از چالش‌های توسعه در چنین مناطقی قلمداد می‌شود. تلاش مردم مناطق روستایی برای دستیابی به پایداری اقتصادی می‌تواند با وجود کارآفرینان محلی افزایش یابد، زیرا تمرکز بر منابع اقتصادی محلی از طریق توسعه کارآفرینی محلی یکی از شیوه‌های توسعه ی اقتصادی این مناطق است. نجفی کامی و همکاران^{۱۰} (۲۰۱۵) عوامل محیطی این عوامل به صورت زیرساخت‌های محیطی، درجه آشفتگی محیطی و تجربیات محیطی و شخصی افراد جامعه در کارآفرینی نقش دارند (شجاعی فرد، ۱۳۹۸).

کار آفرینی فعالیتی است باهدف شروع، سازماندهی و به روز رسانی عملیات کسب و کار، ایجاد بازارهای جدید و کسب سود که با تمام جنبه‌های رفتار و اعمال انسانی، توسعه خلاقیت، تحریک ایده‌ها و غنی سازی نیازهای انسانی مرتبط است. در نواحی روستایی کارآفرینی می‌تواند فرصت‌های جدیدی را برای روستاییان

⁸ . Pearce

⁹ . Farahani and Hait Hosseini

¹⁰ . Najafi kami et al

فراهم کند تا در آمد و سرمایه خود را افزایش دهند. در این راستا کارآفرینی روستایی به عنوان ارزش افزوده ای تعریف می‌شود که مربوط به طبقه اجتماعی و فضایی روستایی است. در این بین اغلب کسب و کارهایی که در نواحی روستایی ایجاد می‌شوند کسب و کارهای کوچک هستند. طبق تعریف اتحادیه اروپا کسب و کارهایی با نیروی کار ۱۰ تا ۵۰ نفر به عنوان کسب و کار کوچک شناخته می‌شوند. کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک با ایجاد فرصت‌های شغلی مبتنی بر استفاده از منابع محلی به صورت پایدار و تأکید بر توسعه درونی روستا به عنوان راهبردی برای رشد پایدار روستایی مطرح می‌گردد. کسب و کارهای کوچک روستایی با حفظ شیوه زندگی سنتی، بخش مهمی از ساختار اجتماعی و اقتصادی جوامع روستایی را حفظ می‌کنند (وبستر ۲۰۱۷). همچنین آن‌ها نیروی حیاتی جوامع روستایی هستند که با کمک‌های اقتصادی نقش مهمی در زندگی مدنی و انسان دوستانه جوامع روستایی ایفا می‌کنند. با ارائه طیف وسیعی از خدمات و محصولات به ایجاد اقتصادهای محلی پایدارتر کمک می‌کنند و تأثیر مثبتی بر انعطاف‌پذیری جامعه روستایی دارد. گرایش به کارآفرینی و ایده‌های جدید از عوامل داخل و خارج از سازمان حاصل می‌شود. بر حسب عوامل داخلی، افکار، ایده‌های جدید و گرایش کارآفرینی از انتقال دانش در میان کارکنان، صرف نظر از اینکه آیا در یک گروه کار می‌کنند به دست می‌آید. علاوه بر این گرایش به کارآفرینی و ایده‌های جدید نشئت گرفته از خارج از سازمان نیز اهمیت دارند (شجاعی فرد، ۱۳۹۸).

نظام اداری در کشورهای در حال توسعه، به علت عدم تعیین کمیت و کیفیت نظام‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی عاری از معیارهای مناسب اجتماعی، اقتصادی و ... بوده و نتیجه چنین کمبودهایی عدم موفقیت این نظام در بکارگیری همه امکانات دستگاه‌های اجرایی و قوانین و مقررات به صورت مجموعه‌ای هماهنگ و جهت‌دار در خدمت اهداف جامعه خواهد بود (ملاشاهی و مرادی، ۱۳۹۸). بنابراین ساختار بروکراسی اداری می‌تواند کارآفرینان را در جریان گرفتن مجوزها و تامین مالی خسته و بی‌انگیزه کند. قوانین و مقررات جاری، اعم از قانون اساسی، قوانین عادی، آیین نامه‌ها و ... و سیاست‌های حاکم بر تدوین و اجرای آن‌ها، از مولفه‌های اصلی شکل‌دهنده محیط نهادی کسب و کار در هر کشور بشمار می‌روند. ارتقا سلامت نظام

اداری و مقابله با فساد از جمله ضروری‌ترین کارکردهای یک نظام حکومتی پایدار و با این حال، از اصلی‌ترین پایه‌های استحکام آن به شمار می‌رود. بر این اساس دولت‌ها با ساختارها و گرایش‌های فلسفی و ایدئولوژیکی گوناگون، برای بقای نظامی که بر اساس آن مشروعیت یافته‌اند، همواره ارتقا سلامت اداری و مقابله با فساد را سرلوحه برنامه‌های خود قرار می‌دهند زیرا پیشرفت و اعتلای خود را مرهون آن می‌دانند. وجود فشار شدید مشخصه اقتصادهای نوظهور است و بنگاه‌ها باید قابلیت‌های پویا را برای زنده ماندن در رقابت توسعه دهند (هلفت و همکاران^{۱۱}، ۲۰۰۷). وینتر^{۱۲} (۲۰۰۳)، بیان می‌کند که سرعت تغییر در یک صنعت به عنوان عاملی در تصمیم‌گیری توسعه قابلیت‌های پویا عمل می‌کند. چشم انداز قابلیت‌های پویا دیدگاه توسعه یافته رویکرد منبع محور بوده و دارای مفروضات مشترکی است که به درک چگونگی توسعه موجودی منابع یک سازمان در طول زمان و نحوه حفظ برتری رقابتی کمک می‌کند. توسعه قابلیت‌های پویا عامل کلیدی برای بدست آوردن و حفظ مزیت‌های رقابتی برای ارتقا رشد شرکت است (زولو و وینتر^{۱۳}، ۲۰۰۲؛ تسی^{۱۴}، ۲۰۱۲)

شواهد تجربی اولیه نشان می‌دهند که توسعه ی قابلیت پویا یکی از فرایندهای مهم در فرآیند خلق و تکامل کسب و کارهای نوپا است (ساپینزا و همکاران^{۱۵}، ۲۰۰۶). در این راستا کسب و کارهای نوپا می‌بایستی با منابع و قابلیت‌های ناکافی، به تغییرات در بازار بیشتر حساس شوند و لازم است قابلیت‌های پویا را برای مقابله با آنها توسعه دهند (وون و همکاران^{۱۶}، ۲۰۱۸).

طی دو دهه گذشته، قابلیت‌های پویا در تحقیقات مدیریتی مورد توجه فراوانی واقع شده است. با این حال ماهیت قابلیت‌های پویا مبهم باقی مانده است (مهرینگر و رنزل^{۱۷}، ۲۰۱۸). قابلیت‌های پویا از طریق بازتاب

11 . Helfat et al.

12 . Winter

13 . Zollo & Winter

14 . Teece

15 . Sapienza al.

16 . Kwon et al.

17 . Mahringer & Renzl

قابلیت‌های تغییر، به عنوان یک پیش‌بینی غیر مستقیم از موفقیت شرکت می‌باشد (بگودیستو و همکاران^{۱۸}، ۲۰۱۷) و عوامل متعددی بر توسعه قابلیت‌های پویا موثر می‌باشند (احمد پور و همکاران، ۱۳۹۹).

کسب و کارهای نوپا نقشی اساسی در اشتغالزایی و افزایش تولید دارند، در حالی است که عوامل مختلفی در گسترش این کسب و کارها در سطوح خرد و کلان موثر هستند. کسب و کارهای نوپا در رویکرد جدید اقتصاد نوین مورد توجه قرار گرفته‌اند. هدف شرکت‌هایی با هدف ایجاد کسب و کارهای نوپا توجه به دستاوردهای پژوهشی با نگاه دانشی و فناورانه از فرایند تولید تا بازار، پاسخگویی به نیازهای اجتماعی و واگذاری فناوری به صاحبان ایده در محیط‌های اجتماعی-اقتصادی است. بر اساس تعاریف کسب و کار نوپا (استارت‌آپ) یک سازمان موقت است که با هدف ایجاد یک مدل کسب و کار تکرار ناپذیر و مقیاس پذیر به وجود آمده است (رایز^{۱۹}، ۲۰۱۱). کسب و کارهای نوپا حول ایده‌های نوآورانه و خلاقانه بنا می‌شوند. در واقع، افرادی خوش فکر با ایده‌های نو در جستجوی روش‌هایی برای کسب درآمد از آن ایده و تولید انبوه محصولات یا خدمات مبتنی بر آن ایده هستند (عباسی، ۱۳۹۲).

شرکت‌های کسب و کار نوپا معمولاً مبتنی بر ایده‌های ریسک‌پذیرند که مدل کسب و کارشان مشخص نیست و بازار هدفشان در حد فرض است، بنابراین آن‌ها هزینه راه‌اندازی کمتر، ریسک زیاد و توان بالقوه بالا برای برگرداندن سرمایه دارند. یک کسب و کار نوپای موفق قابلیت رشد بیشتری نسبت به یک شرکت بالغ دارد، یعنی می‌تواند با سرمایه‌ای کمتر نیروی کار یا زمینه رشد بیشتری نسبت به شرکت‌های قدیمی داشته باشد (بلانک^{۲۰}، ۲۰۱۲). در ایران به علت وجود نیروهای جوان و دانش‌آموخته که البته تعداد قابل توجهی از آنان بیکارند، کسب و کارهای نوپا می‌توانند زمینه مناسبی برای ایجاد اشتغال فراهم آورند.

کسب و کارهای نوپا (استارت‌آپ) سامانه‌ای برای ساخت یک کسب و کار یا محصول، در مؤثرترین راه ممکن برای کاهش ریسک شکست است. در این رویکرد برای راه‌اندازی کسب و کار به واسطه آزمایش، باید

18 . Bogodistov et al.

19 . Rise

20 . Blank

محصولات ناشی از کسب و کار نوپا به سرعت در بازار اعتبار سنجی شوند. این رویکرد بر آزمایش علمی، ارائه تکرار شدنی محصول و بازخورد مشتریان استوار است تا محصول صحیح به دست بیاید. فلسفه کسب و کار نوپا، به دنبال حذف امور بی فایده و افزایش فعالیت های ارزش آفرین در طی فاز ساخت محصول یا خدمت است؛ به گونه ای که کسب و کارهای نوپا بتوانند بدون نیاز به سرمایه گذاری کلان بیرونی، کسب و کار و محصولی بی نقص و با شانس موفقیت بیشتری داشته باشند (یراقی و همکاران، ۱۳۸۳).

برای راه اندازی یک کسب و کار نوپا، ابتدا باید ایده اصلی شکل بگیرد. ایده گاهی از تغییرات محیطی مانند ایجاد قوانین جدید، تصمیم گیری های جدید دولت با تصمیم گیری هایی در سطح جامعه ایجاد می شود که می توان از آن به بهترین نحو بهره برداری کرد پس از آن، باید گروه کنترل تشکیل شود تا در هر مرحله فرایند را کنترل و سپس اجازه ورود به مرحله بعد را صادر کند و اگر کار ناقص بود، آن را متوقف و بازنگری کند (حسن زاده، ۱۳۹۲). در مرحله بعد، ارزیابی مقدماتی بازار مورد توجه قرار می گیرد (بلانک، ۲۰۰۹)، سپس مفهوم سازی شامل شکل، مشخصات، ویژگی و ... محصول مطرح می شود و در هر کدام از این مراحل باید ریسک کسب و کار مشخص شود. همچنین، تحلیل مالی و مقدار هزینه مورد نیاز تعیین شود و با اجرای هر مرحله، توسعه صورت پذیرد. در نهایت، آزمون و اعتبار سنجی کسب و کار توأم با زمینه تجاری سازی انبوه را فراهم می کند و محصول وارد چرخه اقتصاد و اشتغال می شود (رایز^{۲۱}، ۲۰۱۳) پس از به ثمر رسیدن یک کسب و کار نوپا، براساس موارد مهمی مانند بررسی هزینه های اولیه، شناخت رقبا، آینده کسب و کار توپا و فرصت های پیش روی آن ارزش گذاری صورت می گیرد (لطفی زاده، ۱۳۹۵).

در سال های اخیر با ظهور کسب و کارهای نوپا در ایران، افزایشی در تعداد و انواع محصولات خلاقانه دیده می شود. همچنین، همراه با رشد فراوان کسب و کارهای نوپا در ایران، فعالیت های مختلفی صورت گرفته است. شرکت های سرمایه گذاری خارجی، راه اندازی انجمن های حمایت از کسب و کارهای نوپا، دعوت از

²¹ . Rise

سرمایه گذاران ایرانی و ایجاد زمینه مناسب برای نخبگان کسب و کار و سرمایه گذاران از نتایج راه اندازی کسب و کارهای نوپا در ایران بوده است (سلامزاده و کوامونتا^{۲۲}، ۲۰۱۷). از سال ۱۳۹۱ زیست بوم کسب و کارهای نوپا تشکیل شد و در شهرهای اصلی ایران، رویدادهای راه اندازی کسب و کارهای نوپا شکل گرفتند. پس از آن، شرکت ها و دانشگاه ها شروع به برگزاری کارگاه های آموزشی، نمایشگاه و تشکیل تیم های خلاق کردند. به مرور زمان دفاتر انتقال فناوری، تسهیل کننده ها و شرکت های سرمایه گذاری نیز فعال شدند (سلامزاده و همکاران^{۲۳}، ۲۰۱۷).

۱-۲- بیان مسأله

در سیستم حساب های ملی اقتصاد کلان هر کشور به چهار گروه اقتصادی (کشاورزی، نفت، خدمات و صنایع و معادن) و یا سه بخش اقتصادی (کشاورزی، خدمات و صنایع و معادن) تقسیم بندی می شود. هر بخش یا گروه اقتصادی می تواند به طور گسترده ای به شکل های مستقیم و غیرمستقیم در اقتصاد ملی اثر گذار باشد. نقش مستقیم بخش های اقتصادی از جمله بخش کشاورزی توسط سازمان های آماری رسمی و از طریق سیستم حساب های ملی و در قالب ارزش افزوده بخش یا گروه کشاورزی محاسبه و برآورد می شود. میان کشاورزی و کسب و کار کشاورزی تفاوت وجود دارد. کشاورزی شامل فعالیت های زراعت، باغبانی، دامداری، مرغداری، پرورش کرم ابریشم، پرورش زنبور عسل، خدمات کشاورزی و دامپروری، شکار، جنگلداری و خدمات وابسته به آن است. تعاریف متعددی از سوی افراد، نهادهای ملی و بین المللی برای کسب و کار کشاورزی ارائه شده است. در یک تعریف عمومی کسب و کار کشاورزی ترکیبی از مجموعه فعالیت های اقتصادی تولید و تامین نهاده ها، تولید، توزیع و فراوری محصولات کشاورزی است که در این تعریف کسب و کار کشاورزی یک مفهوم کلی بوده که در بر گیرنده تمامی فعالیت های تولیدی و خدماتی مرتبط با کشاورزی از جمله فعالیتهای تولیدی مستقیم است. با توجه به تفکیک فعالیت های کشاورزی (نقش

²² . Salamzadeh and Kawamonta

²³ . Salamzadeh et al

و اثر مستقیم کشاورزی در اقتصاد ملی) از فعالیت های کسب و کار کشاورزی (نقش و اثر غیرمستقیم کشاورزی در اقتصاد ملی) در تعریفی دقیق می توان مجموع فعالیت های غیرمستقیم مرتبط با بخش کشاورزی را در اقتصاد به عنوان کسب و کار کشاورزی دانست. به عبارت دیگر منظور از کسب و کار کشاورزی مجموعه فعالیت هایی است که در برگیرنده صنایع و خدمات پیشین و پسین مرتبط با بخش کشاورزی هستند.

با اینکه در فرایند توسعه کشورها از سهم بخش کشاورزی کاسته می شود اما در مقابل بر سهم کسب و کار کشاورزی افزوده خواهد شد. به عنوان مثال در سال ۲۰۰۸ در ایالات متحده امریکا به عنوان یک کشور توسعه یافته، سهم ارزش افزوده کسب و کار کشاورزی ۱۳ برابر سهم ارزش افزوده کشاورزی و در برزیل نسبت سهم ارزش افزوده کسب و کار کشاورزی به سهم ارزش افزوده کشاورزی ۲/۳ بوده است. نسبت سهم ارزش افزوده کسب و کار کشاورزی به سهم ارزش افزوده کشاورزی در حال توسعه دارای جمعیت بالا برابر ۳/۳، در کشورهای در حال گذار معادل ۲ و در کشورهای کشاورزی محور تنها حدود ۰/۶ بوده است. بر خلاف تصور اولیه، با افزایش سطح توسعه اقتصادی کشورها نه تنها از جایگاه واقعی بخش کشاورزی (مجموع آثار مستقیم و غیر مستقیم) در اقتصاد ملی آن ها کاسته نمی شود بلکه بر اساس مفهوم کسب و کار کشاورزی، بخش کشاورزی از اهمیت و نقش بیشتری در چرخه اقتصاد کشورها برخوردار می شود.

بخش کشاورزی از بخش های پایه و اساسی اقتصاد کشور است و رشد و توسعه آن زمینه های لازم برای رشد و توسعه دیگر بخش ها را فراهم می سازد و بدون آن، عوامل و نهادهای لازم برای فعالیت سایر بخش های اقتصادی فراهم نمی شود. از سوی دیگر با توجه به اهمیت اشتغال و نیروی انسانی در توسعه کشور و دستیابی به رشد و توسعه اقتصادی با تکیه بر کاهش بیکاری، اشتغال زایی در بخش کشاورزی نیز دارای جایگاهی ویژه است. به همین دلیل مطالعه کارافرینی کشاورزی به منظور اشتغالزایی بخش کشاورزی و کاهش مهاجرت های این بخش ضروری است.

بنابراین پرداختن به توسعه کارآفرینی کشاورزی، برای دست اندرکاران این بخش از اهمیتی حیاتی برخوردار است چرا که اگر بهره برداران بخش کشاورزی با دلایلی از جمله عدم جذابیت سرمایه گذاری در کشاورزی، ضعف فضای کسب و کار، عدم حمایت های لازم از طرف دولت و سازمان های محلی، بهره وری پائین افراد و منابع، فقدان توانمندی های حرفه ای و کمبود نیروی انسانی خلاق و پویا مواجه نباشند، می توانند منابع را به نحو مطلوب به کار گیرند. در غیر اینصورت فقر، توسعه نیافتگی، نابرابری فزاینده، بیکاری و مهاجرت ارمغان آن خواهد بود. به همین دلیل کارآفرینی کشاورزی یکی از راهبردهای مهم بخش کشاورزی خواهد بود.

۱-۳- ضرورت انجام تحقیق

سند چشم انداز بیست ساله کشور به عنوان مهمترین سند راهبردی کشور با ماهیتی آینده نگارانه، ایران را به کشور اول منطقه تعریف می کند. کشورهای حوزه سند چشم انداز به طور عمده به دو دسته کشورهای نفتی و کشورهای غیرنفتی تقسیم می شوند. عمدتاً کشورهایی که نفت خیزند بخش کشاورزی قوی ندارند و در این بین تنها کشور ایران است که هم کشوری نفت خیز است و هم بخش کشاورزی به نسبت به قوی دارد.

این مسئله برای کشور یک مزیت بزرگ در مقایسه با رقبا است. شرایط آب و هوایی ایران و چهار فصل بودن آن در مقایسه با سایر کشورهای رقیب و وسعت سرزمین و مقدار زمین های کشاورزی ایران نیز وضعیت بسیار خوبی فراهم آورده است به طوری که می توان گفت این بخش توانایی رساندن کشور به اهداف چشم انداز را داراست و می تواند به موتور محرکه اقتصاد در چارچوب اقتصاد مقاومتی و جایگزینی برای نفت خام تبدیل شود (بزی و همکاران، ۱۳۹۹).

کارآفرینی کشاورزی تلاشی برای ایجاد تنوع تولید و رها شدن از حالت تولید مواد خام در چرخه عرضه محصولات و حرکت به سمت تولید برای بازار، ارائه خدمات به سایر کشاورزان و شاغلین روستایی، استفاده از ظرفیت های کشاورزی مزارع برای اشتغالزایی تعریف می شود. از طرفی مهمترین اهداف توسعه کارآفرینی

در کشاورزی را می توان نوسازی ساختار کشاورزی خرده پا و ایجاد محیط کشاورزی جدید به منظور توسعه مشاغل جدید در مناطق روستایی در نظر گرفت. به طور کلی کارآفرینی کشاورزی یکی از زمینه های کارآفرینی و به معنی پذیرش مخاطرات حاصل از یک واحد تولیدی، خدماتی، بازرگانی مرتبط با فعالیت های بخش کشاورزی است. تعریف دیگر از کارآفرینی کشاورزی می توان گفت این نوع کارآفرینی فراهم کننده زمینه اشتغال، افزایش درآمد و تولید ثروت، بهبود کیفیت زندگی و کمک کننده به افراد محلی برای مشارکت در اقتصاد است.

استان کرمان دارای پتانسیل های مناسب در رشد و توسعه بخش کشاورزی است. این استان به دلیل گستردگی وسعت و تنوع اقلیمی و موقعیت جغرافیایی، استعدادهای فراوانی به صورت بالفعل و بالقوه در زمینه های گوناگون بخش کشاورزی اعم از زراعت و باغبانی، دام و طیور، صنایع تبدیلی و فرآوری محصولات کشاورزی و منابع طبیعی دارد و می تواند به عنوان یکی از قطب های مهم کشاورزی بشمار رود که در صورت استفاده بهینه از تمام ظرفیت ها در امنیت غذایی کشور تاثیرگذاری به مراتب بیشتر و تعیین کننده تری نسبت به وضعیت موجود ایفا کند. لذا توجه به کارآفرینی کشاورزی نیز حائز اهمیت فراوان است. مسلماً بخش کشاورزی استان کرمان نیز در فرایند توسعه مساعدت های بسیاری خواهد داشت. توجه به بخش کشاورزی استان کرمان به دلیل افزایش پیوسته جمعیت و افزایش تقاضا برای مواد غذایی و دیگر محصولات کشاورزی جهت افزایش رشد تولید و اشتغال ضروری است. در این راستا توجه به سرمایه گذاری در بخش کشاورزی و کارآفرینی کشاورزی، باعث ایجاد فرصت های شغلی بیشتر در این بخش بویژه در مناطق روستایی خواهد شد و از مهاجرت بی رویه روستائیان به شهرها، افزایش حاشیه نشینی شهری و ایجاد بحران های اجتماعی خواهد کاست.

حال این پرسش مطرح می شود که چرا علی رغم تلاش مسئولان کشور و تاکید برنامه های بالادستی و توسعه اقتصادی کشور در زمینه خصوصی سازی و توسعه کارآفرینی و پارک های علم و فناوری در کنار

شرکت های دانش بنیان، هنوز پیشرفت چشمگیری در کارآفرینی و کارآفرینی کشاورزی مشاهده نمی شود. در پاسخ به این پرسش باید گفت در نظام توسعه کارآفرینی در ایران رهیافتی جامع نگر وجود ندارد و تشویق و دادن مشوق های مالی صرف برای ترویج کارآفرینی کافی نیست. توسعه کارآفرینی به آمادگی زمینه ها و بسترهای فرهنگی و اجتماعی، همکاری نظام های آموزشی و پژوهشی، ساختارهای اداری و مالی و سایر ساز و کارهای حمایتی نیاز دارد. در نتیجه توسعه کارآفرینی در کشور مستلزم نگاه نظام مند مسئولان به کارآفرینی است. به طوری که به عوامل اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و مقرراتی مرتبط با کارآفرینی به طور همزمان توجه کنند و در تدوین سیاست های توسعه کارآفرینی هم ابعاد را در نظر بگیرند.

۴-۱ - اهداف پژوهش

-شناسایی عوامل موثر بر کارآفرینی کشاورزی

-اولویت بندی مولفه های موثر بر کارآفرینی و کسب و کارهای کشاورزی در منطقه مورد مطالعه

-بررسی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید کارآفرینی کشاورزی

۵-۱ - نوآوری تحقیق

پژوهش حاضر توصیفی - پیمایشی است و به بررسی نظرات خبرگان (اعضای هیات علمی، اعضای شرکت های دانش بنیان و متخصصان حوزه کارآفرینی، کشاورزی و اقتصاد کشاورزی) در زمینه شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر کارآفرینی و کسب و کارهای کشاورزی استان کرمان خواهد پرداخت که می تواند جهت برنامه ریزی و سیاست گذاری در چشم اندازهای آینده جهت پیشرفت بخش کشاورزی، منطقه و در بعد وسیع تر کشور مفید واقع شود.

۶-۱ - روش انجام تحقیق

به دنبال چالش های جهانی بویژه افزایش تولید، رشد اقتصادی و اشتغال زایی، بحث هایی در مورد کارآفرینی در دهه گذشته مطرح شده و گسترش یافته است. جهت دستیابی به اهداف تحقیق در این پژوهش از روش اسنادی و میدانی - پیمایشی با رویکرد توصیفی - تحلیلی از طریق بررسی و تحلیل معیارهای مختلف موثر

بر کسب و کارهای نوپای کشاورزی و کارآفرینی کشاورزی در چارچوب یک دیدگاه سیستماتیک استفاده می شود و با کمک روش تحلیل محتوا چارچوب مفهومی که نسبت به سایر مدل ها درک جامع تر و دقیق تری از خصوصیات کارآفرینی ارائه می دهد، کارآفرینی کشاورزی مورد ارزیابی قرار می گیرد.

برای بررسی کارآفرینی کشاورزی، ابتدا باید عوامل و معیارهای موثر را به صورت جامع در نظر گرفت، چنین معیارها و شاخص هایی بیشتر ابزارهایی هستند که در سطح مدیریت محلی و منطقه ای کاربرد دارند. پس از شناسایی عوامل و معیارهای مذکور با استفاده از روش AHP²⁴ به عنوان یک روش تصمیم گیری و با کمک نرم افزار Expert Choice معیارهای شناسایی شده اولویت بندی می گردند.

جمع آوری اطلاعات به عنوان بخشی بسیار ضروری در انجام مطالعات و بررسی ها محسوب می شود. بدین ترتیب که از طریق آن ها می توان اهداف و فرضیه های تحقیق را مورد مشاهده و تجزیه و تحلیل قرار داد. روش جمع آوری اطلاعات در این پژوهش اسنادی و میدانی - پیمایشی به شیوه دلفی بوده است. بنا به ماهیت این دو روش در پژوهش حاضر، تکنیک های مورد استفاده و ابزار بکار رفته متفاوت می باشد. در روش اسنادی تکنیک کار سوابق آماری و دیدگاه ها و نظریات مختلف مربوط به موضوع پژوهش بوده که با مراجعه به کتابخانه ها، نمایه ها و آرشیوهای مختلف به دست آمده است. در روش میدانی بنا به ماهیت موضوع از پرسشنامه و مصاحبه به شیوه دلفی استفاده شده است که جامعه آماری تحقیق عبارت از کارشناسان و خبرگان کشاورزی، اقتصاد و کارآفرینی در حوزه های مختلف (سازمان ها، شرکت ها و دستگاه های اداری و اجرایی مرتبط با کشاورزی) بوده اند.

روش ها و ابزار تجزیه و تحلیل داده ها با توجه به موضوع و هدف تحقیق انتخاب می شوند. مرحله تجزیه و تحلیل داده ها از مراحل اصلی و مهم تحقیق بوده که در این مرحله با پشتوانه تئوریکی موضوع و با استفاده از روش های مختلف، داده ها و اطلاعات گردآوری شده مورد آزمون و ارزیابی قرار می گیرند. از اینرو برای

²⁴ Analytical Hierarchy Process

تجزیه و تحلیل اطلاعات گردآوری شده در این تحقیق از ابزارها و روش‌های مختلف آماری و تحلیلی متناسب با موضوع در قالب مدل‌های مفهومی و روش AHP بهره گرفته شده است.

۷-۱- کاربرد پژوهش

یکی از مشکلات اساسی کشور ما در سال‌های اخیر، عقب ماندگی مناطق کشاورزی، روستاها و مهاجرت روستاییان به نواحی شهری بوده است که عامل اصلی آن، مسائل اقتصادی، بخصوص دسترسی به اشتغال می باشد. این امر مشکلات بسیار زیادی مانند حاشیه نشینی، کاهش کیفیت زندگی، کمبود اشتغال و افزایش جرم و جنایت را در شهرها به همراه داشته است، از سوی دیگر، کاهش رشد بخش کشاورزی در نواحی روستایی و کاهش ۲۳/۴ درصدی اشتغال، این واقعیت را نشان می دهد که در آینده، توسعه کشاورزی به تنهایی نمی تواند رشد اقتصادی را در روستاهای کشور تضمین کند و فقر را ریشه کن سازد؛ بنابراین توجه به سایر بخش ها نیز در کنار بخش کشاورزی ضرورت دارد. بر این اساس، یکی از عوامل مؤثر در توسعه ی روستایی، کارآفرینی است زیرا کارآفرینی می تواند با خلق فرصت های اشتغال و درآمد، نقش مؤثری در بهبود وضع اقتصادی و معیشتی روستاها داشته باشد. امروزه در اکثر کشورها توجه خاصی به کارآفرینی و کارآفرینان می شود و تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه ی آن از ابزارهای پیشرفت اقتصادی کشورها، به ویژه کشورهای در حال توسعه به شمار می آید؛ زیرا فعالیت کارآفرینی با اثربخشی بالا به توسعه ی اقتصادی ایجاد اشتغال، نوآوری در فعالیتها و رقابت پذیری منجر می شود (شجاعی فرد، ۱۳۹۸). موضوع کارآفرینی و اشتغال در جوامع بشری بدان حد مهم و جدی است که به عنوان یک شاخص در سنجش توسعه یافتگی جوامع مد نظر قرار می گیرد و در اغلب موارد نداشتن شغل به منزله عبور از خط فقر تلقی می گردد.

۸-۱- جمع بندی

موانع سرمایه گذاری و کارآفرینی را می توان به دو دسته اصلی تقسیم بندی کرد. الف: موانع زیرساختی و فنی، ب: موانع نهادی. فعالیت اقتصادی در کشورهای در حال توسعه، تا حدود زیادی متأثر از این عوامل

است و آشنایی با این عوامل نقش عمده‌ای در تبیین محیط کسب و کار و آفرینی خواهد داشت. بنابراین به نظر می‌رسد که تحقیق، بررسی و شناسایی عوامل موثر بر کارآفرینی (از جمله کارآفرینی کشاورزی) در توسعه و بهبود کارآفرینی امری ضروری است زیرا با شناسایی عوامل موثر بر کارآفرینی کشاورزی، شناسایی نقاط ضعف و قوت و همچنین فرصت‌ها و تهدیدهای کارآفرینی کشاورزی استان و آگاهی از موانع و محدودیت‌های موجود می‌توان در زمینه سیاست‌گذاری، افزایش اشتغال و ایجاد درآمد گامی موثر برداشت.

فصل دوم

مروری بر ادبیات و پیشینه تحقیق

۱-۲ - مقدمه

در جهان امروز تفکر کارآفرینی و استفاده از آن در سازمان ها امری اجتناب ناپذیر است، اندیشمندان رواج دهنده توسعه روستایی، کارآفرینی و کارآفرینی کشاورزی را به منزله ی یک مداخله راهبردی می دانند که می تواند فرایند توسعه روستایی را تسریع بخشد، اما به نظر می رسد که همگی آنها بر نیاز به گسترش بنگاه های اقتصادی روستایی نیز توافق دارند امروزه با توجه به مشکلات موجود در این جوامع، توجه و تأکید بر کارآفرینی روستایی-کشاورزی، اهمیت زیادی دارد زیرا کارآفرینی می تواند با خلق فرصتهای جدید اشتغال و درآمد، نقش مؤثری در بهبود وضع اقتصادی و معیشتی روستاها و مناطق کشاورزی داشته باشد. به منظور توانمندسازی افراد مستعد برای کارآفرین شدن، باید فعالیت های کارآفرینانه را ترویج داده روحیه کارآفرینی را پرورش داد و در نهایت محیطی کارآفرینانه حاکم گردانید این امر مستلزم شناخت، تبیین و

تشریح مفهوم و فرایند کارآفرینی روستایی در کسب و کار از طریق توانمندسازی افراد مستعد و دارای کمترین منابع مالی و اقتصادی می باشد.

۲-۲ - مروری بر پیشینه تحقیق

در زمینه کارآفرینی در جهان مطالعات نسبتاً گسترده‌ای انجام شده است اما از آنجایی که بسیاری از این مطالعات با کمبود داده و اطلاعات روبه‌رو بوده‌اند، به صورت توصیفی پژوهش خود را انجام داده‌اند و مطالعات بسیار معدودی از روش‌های کمی - کیفی بهره‌برده‌اند. داخل کشور نیز اغلب مطالعات انجام شده مربوط به تعریف بحث کارآفرینی، کارآفرینی کشاورزی و عوامل مؤثر بر توسعه یا موانع آن‌ها پرداخته‌اند. در این بخش سعی شده به طور کلی در مورد مطالعات انجام شده در زمینه کارآفرینی بویژه کارآفرینی کشاورزی و کارآفرینی روستایی بررسی‌های لازم انجام شود تا خلاءهای تحقیقاتی تعیین و امکان مقایسه نتایج حاصل گردد.

۲-۲-۱ - پیشینه داخلی تحقیق

یاسوری و نوروزی نژاد (۱۴۰۰) در تحقیقی بیان کردند کارآفرینی از فعالیت‌هایی است که می‌تواند برطرف‌کننده بسیاری از چالش‌های اقتصادی در مناطق روستایی باشد. در این میان، زنان به عنوان یکی از گروه‌های تأثیرگذار در جامعه روستایی نقشی مهم دارند. فراگیری کارآفرینی بین زنان روستایی نیازمند برنامه‌ریزی برای شناسایی عوامل کلیدی تأثیرگذار در توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه است. بنابراین، برای تقویت هرچه بیشتر کارآفرینی زنان روستایی، مطالعه عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی اهمیت فراوانی دارد. بر این اساس، هدف تحقیق حاضر شناسایی عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی زنان روستایی و طبقه‌بندی آنها از لحاظ ارزش و اهمیت است که به روش فراتحلیل کیفی بررسی شده است. در تحقیق حاضر، از مجموع ۱۱۲ مقاله علمی - پژوهشی انتشار یافته، تعداد ۴۶ مقاله کاملاً مرتبط با موضوع تحقیق که به صورت پیمایشی و میدانی انجام شده‌اند، بررسی شده است؛ بازه زمانی تحقیقات نیز بین سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۹ است. طبق یافته‌های تحقیق، مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی

عبارت اند از: سطح سواد و دانش فردی زنان روستایی، شرکت در دوره های آموزشی کارآفرینی، کسب در آمد، عامل عضویت در گروه های ثانویه، حمایت خانواده، حمایت نهادهای دولتی و عامل حمل و نقل. فراهانی و اوندی (۱۳۹۹) در پژوهش خود با هدف بررسی چالش های کارآفرینی در راستای بهبود کارآفرینی، ایجاد اشتغال و درآمد پایدار از طریق راه اندازی کسب و کارهای کوچک میزان اهمیت هر کدام از چالش های شناسایی شده در حوزه کسب و کارهای کوچک روستایی را بر اساس گزینه های این طیف شامل (بسیار زیاد، زیاد، متوسط، کم و بسیار کم) مشخص کردند و با استفاده از مدل معادلات ساختاری تحلیل عاملی) در نرم افزار Amos تجزیه و تحلیل داده ها صورت گرفته است. نتایج تحقیق نشان داد که همه چالش ها در کار آفرینی کسب و کارهای کوچک تأثیرگذار بوده اند، اما عوامل اقتصادی دارای بالاترین تأثیر در بین چالش های موجود بوده است و چالش های فردی و اجتماعی دارای کمترین بار عاملی بوده است.

بزی و همکاران (۱۳۹۹) به شناسایی و تحلیل شاخص های راهبردی مدل تجارت الکترونیک در بخش صادرات محصولات کشاورزی و توسعه کارآفرینی روستایی پرداختند. نتایج پژوهش با استفاده از نظر خبرگان نشان می دهد که تقویت فناوری های امنیت اطلاعات، توسعه فناوری های زیرساختی و تطبیق پذیری نسبت به تغییرات فناوری بیشترین تاثیر را در آینده صادرات محصولات کشاورزی با تاکید بر تجارت الکترونیک داشته اند.

ملاشاهی و مرادی (۱۳۹۸) در این مطالعه با هدف بررسی و ریشه یابی موانع سرمایه گذاری و ترویج کارآفرینی در استان سیستان و بلوچستان با استفاده از نظرات خبرگان مجموعه ای از مانع استخراج شدند. نتایج مطالعه حاکی از آن است که از مجموع عوامل نهادی و غیرنهادی به ترتیب قوانین و مقررات اداری، مشکلات بازاریابی، ضعف مالی سرمایه گذاران و کارآفرینان بخش کشاورزی و نا آشنایی با پتانسیل ها و زمینه های سرمایه گذاری و کارآفرینی مهمترین موانع ترویج کارآفرینی کشاورزی بوده اند.

حسینی نیا و علی آبادی (۱۳۹۸) تحقیقی با هدف اصلی بررسی وضعیت موجود و مطلوب مؤلفه های اکوسیستم کارآفرینی در شرکت های دانش بنیان انجام دادند. جامعه آماری تحقیق شامل اعضای شرکت های دانش بنیان استان های کرمانشاه و همدان بود که با استفاده از فرمول کوکران، ۳۴۵ نفر از آنان به روش نمونه گیری سهمیه ای انتخاب شدند. ابزار اصلی تحقیق پرسش نامه بود که پایایی و روایی آن بررسی گردید. داده های جمع آوری شده با نرم افزار SPSS تجزیه و تحلیل شد. نتایج نشان داد که بیشترین شکاف میان وضعیت موجود و مطلوب ابعاد اکوسیستم کارآفرینی در شرکت های دانش بنیان به ترتیب در بعد حمایتی، مالی و سیاسی و کمترین شکاف در بعد نیروی انسانی وجود دارد. همچنین مؤلفه های مربوط به ابعاد بازار و مالی با توجه به مقدار بیشترین میزان اختلاف را دارند.

شاه آبادی و همکاران (۱۳۹۹) در مطالعه خود با هدف بررسی تاثیر فضای کسب و کار بر سرمایه گذاری در کشورهای منتخب حوزه مناطی دوره زمانی ۲۰۱۶-۲۰۰۷، اثر مثبت و معنادار شاخص کلی فضای کسب و کار بر سرمایه گذاری را نشان دادند. همچنین شاخص های شروع کسب و کار، حمایت از سرمایه گذاران خرد، سهولت پرداخت مالیات و تجارت فرامرزی اثر مثبت و معناداری بر سرمایه گذاری داشته اند در حالی که شاخص های شرایط و مقررات اخذ مجوز، دسترسی به برق، ثبت مالکیت، اخذ اعتبارات، اجرای قراردادها و ورشکستگی و پرداخت دیون از نظر آماری بی معنا بوده است همچنین متغیرهای درآمد سرانه، توسعه مالی و واردات اثر مثبت و معنادار و متغیر نرخ سود بانکی اثری منفی و معنادار بر سرمایه گذاری کشورهای منتخب مورد مطالعه داشته اند.

ملکی و همکاران (۱۳۹۸) به بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در شرکت های تعاونی تولیدی کشاورزی استان ایلام پرداختند. ابزار گردآوری اطلاعات پرسش نامه ای بود که روایی آن به تأیید ۵ نفر از استادان دانشگاه آزاد ایلام و ۵ نفر از مدیران تعاونی های کشاورزی رسید و پایایی مؤلفه های آن با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ بیش از ۰/۹۲ محاسبه شد. یافته ها نشان داد سطح توسعه کارآفرینی ۹۴ درصد از تعاونی های کشاورزی استان در حد متوسط و کمتر از آن بوده است. همچنین رابطه عوامل اقتصادی،

آموزشی اطلاعاتی، سازمانی و سیاستی با توسعه کارآفرینی در تعاونی‌ها مثبت و معنی‌دار بوده است. نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد دو عامل اقتصادی و آموزشی - اطلاعاتی در مجموع، ۳۷ درصد از تغییرات توسعه کارآفرینی را تبیین کرده‌اند.

رحمتی و همکاران (۱۳۹۸) به بررسی اثربخشی برنامه‌های آموزش کشاورزی زنان روستایی سال‌های ۹۶-۹۵ در ایجاد کارآفرینی در بین زنان روستایی پرداختند. تحقیق آن‌ها از لحاظ هدف، کاربردی، از لحاظ روش جمع‌آوری اطلاعات میدانی و از لحاظ کنترل متغیرهای شبه‌آزمایشی با استفاده از ابزار پرسشنامه بوده است. روایی ابزار تحقیق با استفاده از نظر متخصصین و پایایی با استفاده از ضریب تتای ترتیبی مورد تایید قرار گرفت. نتایج آزمون فراسنجه‌ای من ویتنی حاکی از تفاوت معنی‌دار آماری از لحاظ ویژگی‌های کارآفرینانگی بین دو گروه آزمایش و کنترل بوده است به عبارت دیگر افرادی که در دوره‌های کارآفرینانگی شرکت کرده بودند، در دو مؤلفه موفقیت طلبی و تحمل ابهام نسبت به گروه کنترل نمره بالاتری کسب نمودند.

شجاعی فرد (۱۳۹۸) در مطالعه خود ضمن بیان اهمیت مقوله کارآفرینی، با هدف شناسایی عوامل موثر بر کسب و کارهای روستایی و روش توصیفی-تحلیلی کسب و کارهای سرپرستان خانوارهای دهستان ایسین از توابع بخش مرکزی شهرستان بندر عباس را مطالعه کردند و بدین وسیله ۴ مولفه اصلی و ۳۲ شاخص را برای توسعه کسب و کارهای روستایی معرفی کردند.

احمدی و همکاران (۱۳۹۸) به سنجش تعیین‌کننده‌های توسعه کارآفرینی کشاورزی پایدار در بین زنان روستایی استان کردستان پرداختند. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل تمامی زنان کارآفرین ساکن در مناطق روستایی استان کردستان شهرستان‌های سنندج، مریوان، سقز و بانه که از سال ۱۳۹۰ تا پایان سال ۱۳۹۶، در زمینه کشاورزی مشغول به فعالیت بوده است. ابزار مورد استفاده در این پژوهش شامل پرسشنامه محقق ساخته‌ای است که روایی آن به صورت محتوایی صوری و سازه‌ای و پایایی آن با استفاده از پایایی ترکیبی مورد تأیید قرار گرفته است. تحلیل داده‌ها از طریق تحلیل همبستگی و الگویابی معادلات ساختاری

نشان داد مولفه های اجتماعی، بازاریابی، سیاست گذاری، فردی - روانی و فنی حدود ۹۲ درصد از تغییرات متغیر قابلیت کارآفرینی کشاورزی برای توسعه کارآفرینی کشاورزی پایدار زنان روستایی را توجیه کرده است. همچنین مولفه های اجتماعی، بازاریابی، سیاست گذاری، فردی و فنی حدود ۶۲ درصد از تغییرات و متغیر قابلیت کارآفرینی کشاورزی حدود ۴۰ درصد از تغییرات توسعه کارآفرینی کشاورزی پایدار زنان روستایی را در بر داشته اند.

حسینی نیا و علی آبادی (۱۳۹۸) به بررسی وضعیت موجود و مطلوب مولفه های اکوسیستم کارآفرینی در شرکت های دانش بنیان استان های کرمانشاه و همدان پرداختند. آنها با استفاده از پرسشنامه و نرم افزار Spss اقدام به تجزیه و تحلیل داده ها نموده و نشان دادند بیشترین شکاف میان وضعیت موجود و مطلوب ابعاد اکوسیستم کارآفرینی در شرکت های دانش بنیان به ترتیب در بعد حمایتی، مالی و سیاستی و کمترین شکاف در بعد نیروی انسانی وجود داشته است.

مهرآرا و همکاران (۱۳۹۸) به بررسی تاثیر هوش تجاری در مزیت رقابتی با نقش میانجی گری راهبرد گرایش به کارآفرینی در صنعت کاشت زعفران پرداختند. آنها با استفاده از پرسشنامه و نرم افزار Spss و پی ال اس نشان دادند که راهبرد گرایش به کارآفرینی متغیر میانجی جزئی میان متغیرهای هوش تجاری و کسب مزیت رقابتی است.

سجاسی قیداری و همکاران (۱۳۹۸) بیان کردند مسئولیت پذیری اجتماعی ابزاری است برای بحث تعهداتی که یک شرکت باید نسبت به جامعه خود داشته باشد در این راستا پژوهشی در زمینه سنجش مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتهایی که در زمینه کشاورزی کارآفرین محسوب میشوند در ۴ بعد اقتصادی، اخلاقی اجتماعی، زیست محیطی، قانونی و بشردوستانه را مدنظر قرار داده اند. آن ها با روش توصیفی و تحلیلی است و با استفاده از مطالعات کتلخانه ای و میدانی از ۱۰ شرکت کارآفرینی روستایی که در زمینه کشاورزی در شهرستان های کاشمر و بردسکن و خلیل اباد نشان دادند که بین اکثر شاخه های مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت های مورد مطالعه همبستگی زیادی وجود دارد.

موحد محمدی و همکاران (۱۳۹۸) در مطالعه خود بیان کردند اهمیت کسب و کارهای نوپا در بخش کشاورزی بیش از هر زمان دیگری مشخص است. لیکن، برای رسیدن به این مهم فراهم ساختن محیط و شرایط مناسب با بوم سامانه کسب و کارهای نوپا مورد نیاز است نظر به کم بودن تجربه بخش کشاورزی کشور برای ایجاد چنین بوم سامانه ای باید با استفاده از آموزه های بخش های پیشگام کارآفرینی، اجزای بوم سامانه کسب و کارهای نوپای کشاورزی را شناسایی کرد. این تحقیق با هدف اریه مدل سرعت بخش رشد بوم سامانه ی کار آفرینی دانشگاهی بر پایه مدل آیزنبرگ و با تأکید بر آموزش عالی کشاورزی کشور از دیدگاه خبرگان کسب و کارهای نوپا انجام شد که به لحاظ هدف کاربردی بود و با استفاده از پرسشنامه اجرا شد. جامعه ی آماری مورد بررسی ۱۸۰۰ تن خبرگان کسب و کارهای نوپای کشور بودند. با استفاده از فرمول کوکران نمونه ای به حجم ۲۸۶ تن به صورت تصادفی انتخاب شد. به منظور پردازش داده ها از روش تحلیل عاملی اکتشافی و تحلیل عاملی تاییدی استفاده شد. نتایج مدل اندازه گیری نشان داد که عامل های مدل سرعت بخش رشد بوم سامانه کارآفرینی دانشگاهی آموزش عالی کشاورزی کشور، شامل تقویت بخش خصوصی، حمایت از کارآفرینی مولد توسعه فرهنگ کارآفرینی، تفکر کارآفرینانه، توجه به نقش مشاوران، تأمین فضای فیزیکی، بوم سامانه آموزش مهارت های کسب و کار کشاورزی، شبکه سازی، چهره سیاسی بازار کشور و دسترسی به منابع مالی می شود.

برقی اسکویی و ولی زاده (۱۳۹۷) در مطالعه ای تاثیر شاخص های فضای کسب و کار بر روی صادرات و واردات در میان ۳۰ کشور شریک تجاری ایران طی سال های ۲۰۰۳-۲۰۱۴ با روش گشتاورهای تعمیم یافته را بررسی کردند. نتایج مطالعه آن ها حاکی از آن است که بهبود این شاخص ها دارای تاثیرات مثبتی بر صادرات و واردات می باشد به طوری که از میان ۷ شاخص به کار برده شده در مطالعه، شاخص های، شروع کسب و کار، اخذ مجوزهای ساختمانی، تجارت برون مرزی، اجرای قرارداد و سهولت اجرای ورشکستگی، دارای تاثیر مثبت و معنادار بر صادرات می باشد در الگوی واردات نیز به جز شاخص اخذ مجوزهای ساختمانی بهبود سایر شاخص ها دارای تاثیرات مثبت و معنادار بر واردات می باشند.

دلفانی و همکاران (۱۳۹۷) به بررسی و شناخت موانع توسعه کارفرینی در بخش کشاورزی از دیدگاه دانش آموختگانمقطع کارشناسی دانشکده کشاورزی دانشگاه تهران پرداختند. نتایج مطالعه آن ها حاکی از آن است که موانع و مشکلات بخش خصوصی و دولتی و آموزش عالی در عرصه کارآفرینی در هفت عامل برنامه ریزی و پشتیبانی، نوآوری، عامل مدیریتی، ناهماهنگی سازمانی، سیاست راهبردی، عامل آموزشی و خواستگاه محلی شناسایی شدند.

رضایی و همکاران (۱۳۹۷) ضمن بیان اینکه کار آفرینی سبز فرایند ایجاد دگرگونی در تجارت و زیرساخت هاست به گونه ای که بر پایه حفظ محیط زیست و رعایت استانداردها، سرمایه گذاری پایدار و توسعه اقتصادی رونق بهتری می یابد در مطالعه خود نشان دادند موانع توسعه کارآفرینی سبز در کشاورزی شهرستان کرمانشاه به ترتیب چهار عامل موانع زیرساختی، موانع اقتصادی، موانع فنی - مدیریتی و موانع ترویجی - آموزشی تبیین بوده اند. از دیدگاه کارشناسان، موانع زیر ساختی مهم ترین مانع توسعه کارآفرینی سبز است، لذا با اصلاح و تعدیل مقررات و ساختار سازمانی و حرکت به سمت ساختارهای سازمانی با مشارکت کارشناسان و متخصصان کشاورزی می توان زمینه بروز رفتارهای کار آفرینی از سوی کشاورزان را فراهم کرد.

عباسی و همکاران (۱۳۹۶) به بررسی تاثیر روحیه کار آفرینی کشاورزان در ترویج کشاورزی تقاضا محور پرداختند. جامعه آماری این پژوهش ۲۵۰ نفر از کشاورزانی بود که در طرح "سایت الگویی هدفمند" در استان اصفهان مشارکت داشته اند که با استفاده از روش نمونه گیری طبقه ای تصادفی با انتساب مناسب و با استفاده از جدول کرجسی و مورگان ۱۴۸ نفر به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند. ابزار جمع آوری اطلاعات، پرسشنامه بود که روایی آن با کسب نظرهای متخصصان و اساتید گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا و دانشگاه تهران بررسی شد و اصلاحات لازم صورت گرفت. پایایی پرسشنامه نشان داد که بخش های مختلف دارای آلفاکرونباخ ۰/۹۰ و بیشتر بودند که حاکی از پایایی بسیار مناسب بخش های مختلف پرسشنامه است. داده های گردآوری شده توسط نرم افزارهای SPSS و AMOS مورد تحلیل واقع

شدند. ترویج کشاورزی تقاضامحور به عنوان متغیر وابسته تحقیق در دور بعد مخاطب محوری و بازار محوری مورد سنجش قرار گرفت. نتایج تحقیق نشان می دهد که روحیه کار آفرینی کشاورزان بر ترویج کشاورزی تقاضا محور تأثیر مثبت و معنی داری می گذارد.

یوسفی و همکاران (۱۳۹۶) به بررسی و اولویت بندی دیدگاه کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی استان کرمانشاه نسبت به عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی پرداختند. نتایج حاصل از پژوهش حاکی از آن است که از دیدگاه پاسخگویان، عوامل محیطی بالاترین اولویت و عوامل اجتماعی پائین ترین اولویت را از نظر تاثیرگذاری بر توسعه کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی داشتند.

مظهری و همکاران (۱۳۹۶) با بررسی و اولویت بندی عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی شهر رستمکلا نشان دادند که شاخص عوامل اجتماعی موثرترین و شاخص عوامل محیطی کم اثرترین عامل در بین عوامل موثر بر کارآفرینی می باشند و عوامل نهادی و اقتصادی در رتبه های دوم و سوم قرار گرفته اند.

کرمی و آگهی (۱۳۹۶) با بررسی رویکردها و مدل های توسعه کارآفرینی، در توسعه کارآفرینی کشاورزی دریافتند که رویکرد اکولوژیکی، با نگاه چند بعدی و مدل دیده بان جهانی کارآفرینی نه به صورت مدلی مطلق، بلکه بر اساس تفاوت های مکانی-فضایی، مناسب توسعه کارآفرینی کشاورزی می باشد.

مرید سادات و همکاران (۱۳۹۶) با هدف واکاوی وضعیت مؤلفه های پشتیبان کارآفرینی پایدار در سیاستهای کلان و بخشی کشاورزی جمهوری اسلامی ایران پژوهشی انجام دادند. واکاوی سیاست ها با روش تحلیل محتوا و اولویت بندی برنامه های توسعه با مدل تصمیم گیری مجموع وزنی سلسله مراتبی و روش وزن دهی آنتروپی انجام شد. نتایج نشان می دهد اصطلاح کارآفرینی از برنامه سوم توسعه در سند سیاستی کشور استفاده شده است ولی اصطلاح کارآفرینی پایدار هنوز به کار نرفته است و یک رویکرد جامع و یکپارچه در راستای کارآفرینی پایدار در اسناد وجود ندارد چنانکه بعد زیست محیطی در بیشتر اسناد اهمیت بسیار کمی داشته است لذا شایسته است در راستای وارد نمودن اندیشه کارآفرینی پایدار به نظام سیاستگذاری

کشور اقدام شود به لحاظ امکان ورود اندیشه پایداری و کارآفرینی در اسناد سیاستی کشور و همچنین وجود واحدهای ثبت مبین کارآفرینی پایدار متاثر از این امر، سیاستهای کلان ملی شامل قانون اساسی، سند چشم انداز و سیاستهای آن و سیاستهای برنامه های توسعه ملتی برای ورود اندیشه کارآفرینی پایدار ندارند از نظر اهمیت مقوله های عام مبین کارآفرینی پایدار و تن آنها در سیاست های کشاورزی برنامه های توسعه پنج ساله برنامه دوم در اولویت و سپس برنامه های اول پنجم چهارم و سوم قرار در اولویت داشتند.

خوش مرام و همکاران (۱۳۹۶) در مطالعه خود بیان کردند اگر چه بخش کشاورزی یکی از مهمترین بخش های اقتصادی کشور است اما نا توانی در شناسایی فرصت های کارآفرینی باعث شده است تا این بخش نتواند از ظرفیت واقعی خود در ایجاد اشتغال و رشد استفاده نماید. آن ها با استفاده از روش تحلیلی و توصیفی و با استفاده از نظرات خبرگان استان کرمانشاه نشان دادند مهمترین عوامل موثر بر فرصت های کارآفرینی عبارتند از سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی، حمایت های محیطی و ویژگی های روانشناختی.

شاطریان و همکاران (۱۳۹۶) عوامل موثر بر عدم کارآفرینی زنان روستائی در دهستان گلاب شهر کاشان را مطالعه کردند. نتایج حاکی از آن است که عدم کارآفرینی زنان روستائی و عوامل محیطی-جغرافیایی نسبت به سایر عوامل بیشترین تاثیر را داشتند و بیش ترین مقدار کارآفرینی در زنان با تحصیلات کمتر و زنان سرپرست خانوار مشاهده شده است.

ندافی و احمدوند (۱۳۹۶) با هدف شناسایی و اولویت بندی پیشران های توسعه کسب و کارهای نو پا پژوهشی کاربردی و مقطعی انجام دادند و با استفاده از نظرات خبرگان نشان دادند سرعت عمل، تیم کاری، ذات ایده و فرصت سنجی از عوامل موثر بر توسعه کسب و کارهای نو پا بوده اند. همچنین مشتری، رقبا، سرمایه گذاری و حمایت ها نیز برای تامین امنیت سرمایه گذاری و پیشرفت کارها مورد توجه هستند.

احمد پور و همکاران (۱۳۹۵) مطالعه ای با هدف فهم توسعه قابلیت های پویا در کسب و کارهای فناوری انجام دادند. روش پژوهش برحسب هدف، کاربردی بر حسب گرد آوری داده های کیفی - مطالعه موردی است. داده ها از طریق مصاحبه های نیمه ساختار یافته با ۱۵ شرکت در و حوزه فناوری اطلاعات در شهر

تهران، از طریق نمونه گیری هدفمند جمع آوری شد که پس از پالایش و ادغام شاخص ها، مقوله های اصلی را در توسعه قابلیت های پویا در کسب و کارهای نوپا شناسایی کردند. این مقولات پیشران های توسعه قابلیت های کسب و کارهای نو پا می باشند، که شامل ویژگی های مدیر، ویژگی های کسب و کار، گرایشات استرانیکه و عوامل زمینه ای است و همه این عوامل عملکرد شرکت را بهبود می بخشد.

احسانی فر و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی تحت عنوان موانع و راهکارهای توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی به این نتیجه رسیدند که موانع سیاست گذاری و برنامه ریزی، موانع اقتصادی، موانع فرهنگی، موانع پشتیبانی و حمایتی، موانع آموزشی و اطلاع رسانی و موانع زیرساختی از مهمترین موانع توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی بوده اند.

رئییسی و همکاران (۱۳۹۵)، نشان داده اند پنج عامل اقتصادی، اجتماعی، محیطی، رفتاری و ترویجی در توسعه کارآفرینی کشاورزی نقش داشته اند که عوامل اقتصادی با میانگین رتبه ای ۳/۲۵ بیشترین تاثیرگذاری را بر کارآفرینی کشاورزی داشته و پس از آن عوامل محیطی، اجتماعی، رفتاری و ترویجی به ترتیب بیشترین تاثیر را بر کارآفرینی کشاورزی گذاشته اند.

ایزدی و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیقی با هدف شناسایی سازه های مؤثر بر توسعه کارآفرینی در مشاغل خانگی و موانع تحقق آن با روش پیمایشی و پرسشنامه محقق ساخته از مشاغل خانگی در روستاهای شهرستان شیراز نشان دادند فضای کسب و کار، به کارگیری مدیریت دانش، تجربه قبلی، وجود ویژگی های شخصیتی مانند خلاقیت و برخورداری از مرکز کنترل درونی، حمایت دولت و مهارت های مدیریتی بر توسعه کارآفرینی در مشاغل خانگی تأثیر می گذارد. بر اساس نتایج تحلیل عاملی نیز موانع تحقق توسعه کارآفرینی در مشاغل خانگی در پنج عامل اطلاعاتی اقتصادی، بازاریابی، شخصیتی و خانوادگی دسته بندی شدند.

مهدی پور (۱۳۹۴) در پژوهشی تحت عنوان "شناسایی عوامل کلیدی توسعه مشاغل سبز بر اساس تجارب کشورهای ممتاز"، مواردی همچون سرمایه گذاری های دولتی، تسهیل توسعه زیرساخت ها برای توسعه اقتصاد سبز، تمرکز بر دانش انباشته و مهارت های مورد نیاز برای توسعه مشاغل سبز، شبکه سازی مشاغل

سیر و استفاده از ظرفیت های اجتماعی، وضع تعرفه های گمرکی پایین تر برای محصولات سبز، استراتژی منسجم توسعه سبز، تمرکز روی بازار برای کنترل تقاضا به جای عرضه، حوزه بندی فعالیت های سبز، هویت بخشی به کارکنان مشاغل سبز را از جمله عوامل مؤثر بر پیشرفت کار آفرینی سبز معرفی کرد.

رضائی و همکاران (۱۳۹۴) به بررسی موانع توسعه کارآفرینی تعاونی های توسعه روستایی استان زنجان پرداختند. نتایج مطالعه آن ها نشان می دهد که قوانین سختگیرانه بانک های دولتی و خصوصی در پرداخت تسهیلات به تعاونی ها، نبود سرمایه کافی در تعاونی ها و دسترسی نداشتن آن ها به منابع مالی و اعتبارات لازم، ضعف قوانین مرتبط با نیروی کار و نبود بسترهای لازم در تعاونی ها برای فعالیت های گروهی و تیمی دارای بیش ترین اولویت در مقایسه با سایر موانع بودند.

نبی زاده ذوالپیرانی و همکاران (۱۳۹۴) با بررسی عوامل مؤثر بر انگیزه های کارآفرینی کشاورزی استان گیلان دریافتند که افزایش تحصیلات فرد کارآفرین، تعداد ساعت کاری اختصاص داده شده به فعالیت کارآفرینی و درآمد حاصل از کارآفرینی، انگیزه کارآفرینی کشاورزی را افزایش داده است.

ریموند و همکارانش (۱۳۹۲) در تحقیقی به این نتیجه رسیدند که ناتوانی محیط کسب و کار برای توسعه کارآفرینی، فقدان برنامه های آگاه سازی، کمبود خط مشی ها و قوانین مورد نیاز برای دستیابی به اهداف طرح و افزایش بوروکراسی اداری از جمله موانع ایجاد کسب و کارهای سبز و توسعه آنها در کشور می باشد. زالی و همکاران (۱۳۹۱) به بررسی تاثیر شبکه اجتماعی مدیران بر عملکرد کسب و کارهای نو پا در ایران پرداختند.

شاه آبادی و دهقانی احمد آباد (۱۳۹۱) پژوهش خود را در قالب مدل های رشد درون زا و با تاکید بر نقش عوامل نهادی بر رشد انجام دادند. نتایج مطالعه نشان دهنده آن است که سرریز پژوهش و توسعه خارجی تاثیر مثبت و معناداری بر رشد اقتصادی کشورهای D8 داشته است و همچنین بهبود محیط کسب و کار نیز عامل مثبتی بر رشد اقتصادی این کشورها بوده است.

باقری و نمازیان (۱۳۹۱) به صورت توصیفی موانع کارآفرینی را بررسی و نتیجه گرفتند، بی توجهی به ابعاد اجتماعی، اقتصادی و سیاسی و بویژه فرهنگی در زمینه کارآفرینی باعث کاهش کارایی و اثر بخشی فعالیت های کارآفرینی در ایران شده است.

زیوری و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی به بررسی عوامل اقتصادی مؤثر بر کارآفرینی در سطح کلان، که با توجه به ادبیات موجود در این زمینه تأثیرگذاری بیشتری را نسبت به سایر عوامل دارند، پرداختند. در این پژوهش برای بررسی عوامل مؤثر بر فعالیت های کارآفرینانه از روش مرور نظاممند ادبیات استفاده شده است. در نهایت منابع گردآوری شده در دو دسته فاکتورهای سمت عرضه و سمت تقاضا دسته بندی گردید. نتایج نشان داد که عوامل مورد بررسی در طرف عرضه شامل توسعه اقتصادی، توسعه فناورانه، جهانی شدن، سرمایه گذاری مستقیم خارجی و توسعه ملی است و فاکتورهای طرف تقاضا شامل تحصیلات، رشد جمعیت، تراکم جمعیت، سطح درآمد، شکاف درآمدی، دسترسی به تأمین مالی، مالیات، قوانین انعطاف ناپذیر بازار کار، ساختار سینی، مهاجرت، نرخ بیکاری، ویژگی های نهادی و محیط اقتصاد کلان میباشند.

شفیعی رود پستی و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهش خود بحران انرژی، بهبود فرایندهای طراحی و تولید، کاهش هزینه، کسب بازارهای صادراتی، خلاقیت و نوآوری، حفظ محیط زیست، ایمنی بیشتر و استاندارد سازی را جزء عوامل مؤثر بر توسعه عنوان کردند.

حسین زاده بحرینی و ملک الساداتی (۱۳۹۰) پس از بازخوانی مولفه های محیط نهادی کسب و کار، احساس نا امنی و نگرانی سرمایه گذاران و اصحاب کسب و کار در کشور ایران در چارچوب چندین متغیر ذهنی را اندازه گیری کردند. نتایج نشان دادند که مولفه های تشکیل دهنده محیط نهادی کسب و کار در ایران، در اغلب موارد نسبت به کشورهای توسعه یافته و کل جهان در وضعیت بدتری قرار دارد.

خالدی و امجدی (۱۳۸۶) در مطالعه خود نشان دادند که برخلاف اغلب روش ها و فناوری های نوین، عوامل اقتصادی به تنهایی نقش اساسی در فرایند پذیرش و توسعه کشاورزی ارگانیک ندارند بلکه برای توسعه کشاورزی ارگانیک لازم است نقش سایر عوامل مانند: آگاهی و اطلاعات، گرایش و تمایلات فردی و

مهارت های فنی، تکنولوژی و مدیریتی، مسائل اجتماعی، عوامل نهادی همچون قوانین و مقررات، بازارها و حمایت های دولتی مورد توجه جدی دولت ها و سیاست گذاران قرار گیرند.

۲-۱-۲ - پیشینه خارجی تحقیق

مانیسه و دنتونی^{۲۵} (۲۰۲۱) بیان کردند هم در اتحادیه اروپا (اتحادیه اروپا) و هم در سراسر جهان، انعطاف پذیری سیستم های غذایی بستگی به توانایی انسان در ایجاد تعادل بین مبادلات اقتصادی-اجتماعی و زیست محیطی دارد. در این مطالعه بیان شده که خرده مالکان نقش مهمی در ایجاد تعادل اکوسیستم دارند و مشارکت خرده مالکان در زنجیره ارزش و حمایت از کارآفرینی کشاورزی بسیار موثر است. همچنین مشوق های سیاستی رسمی و غیر رسمی و یادگیری و آموزش کشاورزان برای انعطاف پذیری کشاورزان و توسعه کارآفرینی کشاورزی ضروری است.

سلیمانی و همکاران^{۲۶} (۲۰۲۱) در مطالعه ای با هدف شناسایی شاخص های کارآفرینی پایدار در روستاهای ایران با استفاده از روش دلفی فازی ۸۷ شاخص برای کارآفرینی پایدار روستایی معرفی کردند که ۶۹ شاخص توسط کارشناسان مورد تأیید قرار گرفت. نتایج نشان دهنده آن است که در بعد فرهنگی اجتماعی، محققان توجه ویژه به ارتقای اعتماد اجتماعی و نوع دوستی اجتماعی و همدلی در بین مردم محلی مردم داشتند. در بعد اقتصادی، شاخص هایی مانند استفاده از امکانات، مدیریت هزینه محصولات و خدمات برای ثبات تجارت و مدیریت بازار از میانگین بالاتری برخوردار بودند. شاخص های اصلی بعد اخلاقی پایداری شامل شفافیت تجارت مالی و رعایت اصول اخلاقی در استفاده از منابع بیولوژیکی است.

گو و زنگ^{۲۷} (۲۰۲۱) در مطالعه خود با استفاده از روش رگرسیون پانل رابطه بین کارآفرینی، توسعه اقتصادی و محیط زیست در مناطق مختلف چین را بررسی کردند. نتایج نشان داد که شرکتهای آلاینده فهرست شده در چین منحنی کوزنتس محیطی نوع N را داشتند. آنها بیان کردند کارآفرینی به طور مستقیم

²⁵ . Manyise & Dentoni

²⁶ . Soleymani

²⁷ . Gu, W., & Zheng

تأثیر مثبت بر ارتقای محیط زیست داشته ، اما از طریق اثرات تکنولوژیکی، اثرات مقیاس و اثرات ساختاری دارای تأثیر منفی بر کیفیت محیط زیست بوده است از طرفی مقررات زیست محیطی می تواند باعث کاهش فشار محیطی و آلودگی محیط زیست شوند.

آلدریچ و همکاران^{۲۸} (۲۰۲۱) یک مقاله تاریخی- اجتماعی از نحوه امرار معاش خانواده ها و مشارکت آن ها در مشاغل خانودگی ارائه کردند. آنها با مرور تاریخچه مشاغل خانوادگی نشان دادند در چند صد سال گذشته، فرصت های شغلی و تغییرات خانوادگی بسیار زیاد بوده به طوری که در سال های اخیر نسبت فزاینده ای از بزرگسالان در خانواده افزایش یافته و تغییرات به سمت عدم ازدواج و عدم فرزند آوری در کشورهای توسعه یافته بوده است. آن ها در پژوهش خود بیان کردند که خانواده در گذشته هسته مشاغل بوده و فرصت های کارآفرینی خانوادگی ریشه در مفهوم و اصالت خانواده دارد.

دیس و همکاران^{۲۹} (۲۰۱۹) در پژوهش خود بیان کردند که موضوع کارآفرینی کشاورزی به درستی مورد توجه قرار نگرفته است اما در سال های اخیر موضوع کارآفرینی کشاورزی به طور جدی مطرح شده است. این مطالعه به طور سیستماتیک به تجزیه و تحلیل پیشرفته ترین سیستم های کارآفرینی کشاورزی پرداخته است. آن ها از طریق ادبیات قبلی و مقالات انجام شده رفتار کارآفرینان کشاورزی در کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته را ارزیابی کردند. نتایج آن ها حاکی از آن است که کشور، نوع محصولات، تنوع مشاغل کشاورزی و غیر کشاورزی، نوآوری و برجسته کردن ابتکارات کارآفرینی کشاورزی عوامل مهمی برای توسعه کارآفرینی کشاورزی هستند.

وال و همکاران^{۳۰} (۲۰۲۱) در مطالعه خود بیان کردند که فعال کردن کارآفرینی کشاورزی گام مهمی برای افزایش سهم کشاورزی خرده مالکان در اشتغال روستایی و کاهش فقر در آفریقای جنوبی است. آن ها با استفاده از داده های جمع آوری شده از ۴۵۸ مالک خرد، فعالیت های کارآفرینی کشاورزی را بررسی کردند.

28 . Aldrich et al.

29 . Dias

30 . Wale et al.

یافته‌ها نشان می‌دهد که دسترسی به ترویج و اطلاعات، جنسیت، درآمد، عضویت در شرکت تعاونی‌ها و دسترسی به بازارها تأثیر مثبتی بر رفتار کارآفرینی کشاورزان دارد. از موانع کارآفرینی در زمینه کشاورزی خرده مالکان نیز به کمبود مالکیت، کمبود منابع مالی می‌توان اشاره کرد.

اوجونگ و همکاران^{۳۱} (۲۰۲۱) نشان دادند در ادبیات علمی در مورد کارآفرینی زنان در آفریقا افزایش قابل توجهی مشاهده شده است. به منظور بررسی وضعیت کارآفرینی زنان در آن قاره آفریقا، این مطالعه مقالاتی را که در مجلات طی دوره ۱۹۸۷ تا ۲۰۱۹ چاپ شده اند را بررسی نموده است. نتایج حاکی از آن است که محیط‌هایی که زنان کارآفرین در آن گنجانده شده اند منجر به توسعه استراتژی‌های نوآورانه و راه‌های دستیابی به منابع مختلف شده است.

کوکرز و همکاران^{۳۲} (۲۰۲۰) پژوهشی مروری به منظور بررسی رابطه اهداف پایداری محیط زیست و توسعه کارآفرینی انجام دادند. با بررسی مطالعات پیشین وسیع انجام شده در زمینه استفاده از سوخت‌های فسیلی، تغییرات آب و هوایی، پایداری و کارآفرینی به این نتیجه رسیدند که توانمندسازی کارآفرینان و توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه در زمینه پایداری و افزایش دانش زیست محیطی آنان می‌تواند برای پایداری محیط زیست بسیار نقش آفرین باشد. بنابراین آنها برادامه یافتن تحقیقات و پژوهش در زمینه بیان شده تأکید داشتند.

سولوک و همکاران^{۳۳} (۲۰۲۱) به بررسی کارآفرینی دیجیتال در کشورهای در حال توسعه پرداختند. آن‌ها در این مطالعه بیان کرده اند که کارآفرینی اغلب وسیله‌ای کلیدی برای مقابله با چالش جاری فقر در روستاها محسوب می‌شود. نتایج مطالعه آنها نشان می‌دهد پذیرش فناوری‌های دیجیتال و حمایت شرکای تجاری برای غلبه بر خلاءهای نهادی و تقویت کارآفرینی ضروری است.

³¹ . Ojong et al.

³² . Kuckertz et al.

³³ . Soluk et al.

دیس و همکاران^{۳۴} (۲۰۱۹) به تجزیه و تحلیل چگونگی تحقیقات در زمینه کارآفرینی کشاورزی در دوره ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۷ پرداختند. آنها با استفاده از مقالات معتبر علمی چاپ شده نشان دادند که چنانچه مهارت های کارآفرینی به کشاورزان داده شود، هر کشاورز می تواند یک کارآفرین باشد.

اووسو تانتوی^{۳۵} (۲۰۱۹) به بررسی ارتباط بین شاخص کیفیت نهادی (فضای کسب و کار) و سرمایه گذاری مستقیم خارجی در آمریکای جنوبی پرداخته، نتایج نشان می دهد رابطه مثبت و مستقیم بین بهبود شاخص کیفیت نهادی و افزایش جریان سرمایه گذاری مستقیم خارجی برقرار است.

تان و همکاران^{۳۶} (۲۰۱۸) با ایجاد یک شاخص جدید از سهولت کسب و کار به بررسی اثر این شاخص بر تجارت و سرمایه گذاری در کشور اندونزی پرداخته اند. نتایج حاکی از اثر مثبت و معنادار سهولت کسب و کار بر سرمایه گذاری است.

ماهونی و بنگا^{۳۷} (۲۰۱۷) به بررسی تاثیر فضای کسب و کار بر سرمایه گذاری طی دوره زمانی ۲۰۱۶-۲۰۰۲ برای کشور زیمبابوه پرداختند. نتایج نشان می دهد چهار شاخص الزام آور بودن قراردادهای، پرداخت مالیات مجوزهای ساخت و ساز، دسترسی به برق بطور قابل توجهی سرمایه گذاری را تحت تاثیر قرار میدهند.

پیندادو و سانچز^{۳۸} (۲۰۱۷) در مطالعه خود بیان کردند که کارآفرینی کشاورزی یکی از مهمترین مباحث نوآوری است و یک جنبه متمایز از کارآفرینی است زیرا کشاورزی در اختیار خرده مالکان قرار دارد که می توانند از طریق مهارت های کارآفرینی، فرصت های جدیدی از جمله توسعه محصولات جدید، بازاریابی و نوآوری در تجارت را در جهت افزایش اشتغال، تولید و درآمد ایجاد نمایند.

یانگ و همکاران^{۳۹} (۲۰۱۷) در مطالعه کارآفرینی مرتبط با کشاورزی ویژگی های رفتاری و عوامل تأثیرگذار بر گردشگری و کارآفرینی کشاورزی را بررسی کرده اند. آنها از طریق بررسی پیشینه موضوع، مصاحبه و

³⁴ . Dias et al.

³⁵ . Owusu-Nantwi

³⁶ . Tan et al.

³⁷ . Mahuni & Bonga

³⁸ . Pindado & Sanchez

³⁹ . Yuan et al.

پرسشنامه نشان دادند که سیاست حمایت از کارآفرینی گردشگری کشاورزی می‌توان سبب بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی کشاورزان شود.

کورکوران و گیلاندر^{۴۰} (۲۰۱۵) به بررسی تأثیر سهولت انجام کسب و کار بر سرمایه گذاری مستقیم خارجی طی دوره زمانی ۲۰۰۹-۲۰۰۴ پرداختند. نتایج نشان می‌دهد که فضای کسب و کار بر سرمایه گذاری مستقیم خارجی اثر مثبت و معنی داری دارد.

طبق نتایج مطالعه آنونزیو و همکاران (۲۰۱۵)، همه شرکت های مورد مطالعه ایشان که قابلیت های مرتبط با درک، تصرف و پیکره بندی مجدد منابع را در مرحله راه اندازی توسعه داده اند. بطور عمده بر مهارت های کار آفرینان مبتی هستند، در حالی که در شرکت های ثبت شده بر فرآیندها و روال های سازمانی و توانایی تیم مدیریتی تمرکز می‌شود.

انیولا و انتبانگ (۲۰۱۵) در مطالعه ای با عنوان عملکرد، نوآوری و چالش های مالی کسب و کارهای کوچک و متوسط به تحلیل نوآوری مالی و علل چالش های مالی کسب و کارهای کوچک و متوسط در نیجریه پرداختند. نتایج حاکی از آن است که کمبود وام های بانکی، مسائل جغرافیایی و عدم استانداردسازی در بودجه عمومی از جمله چالش های موفقیت مالی کسب و کارهای کوچک می باشد.

تپوس و هالر (۲۰۱۴)، پیش زمینه های قابلیت های پویا را در صنعت هتل داری بررسی کردند و نشان دادند که دانش قبلی و مهارت در سطح فردی و جمعی اساس توسعه قابلیت هستند. آنها همچنین نتیجه گرفتند که شرکت ها با داشتن کارکنان شایسته احتمال بیشتری برای درک نیاز به تغییر را دارند و از طریق پیکره بندی مجدد منابع به آن پاسخ می دهند.

مارتین و همکاران^{۴۱} (۲۰۱۳) در مطالعه ای به بررسی رشد اقتصادی و نوآوری اقتصادی در شرکتهای کوچک روستایی در مناطق روستایی انگلستان پرداختند. نتایج حاکی از آن است که نوآوری در کسب و کارهای

⁴⁰ . Corcoran & Gillanders

⁴¹ . Martin et al.

کوچک روستایی باید به گونه ای باشد که به کاهش ضایعات و کاهش میزان مصرف مواد خام پردازد. همچنین ضمن معرفی محصولات و فرایندهای جدید به مشتری، به طور قابل توجهی به کاهش اثرات زیست محیطی پردازند.

در تحقیقی، گرو نو گن و لانگن^{۴۲} (۲۰۱۲) به بررسی عوامل توسعه کسب و کارهای نوپای نوآورانه در سه سال اول راه اندازی پرداخته اند. آنها برای اولین بار یک مدل مفهومی طراحی کرده اند که در آن سه عامل اصلی، رشد و موفقیت کسب و کارهای نوپا را تعیین کرده اند. منحصر به فرد بودن مزایای استفاده از نوآوری، ویژگی های سازمانی کسب و کارهای نوپا و شخص کار آفرین و نو آور سه عامل اصلی موفقیت کسب و کارهای نوپا بوده اند. آنها تحقیقات خود را روی کسب و کارهای نوپایی انجام داده اند که کمتر از ۱۵ سال عمر داشته و در بخش های متنوعی فعالیت کرده اند. در کسب و کارهای نوپای مورد مطالعه، رشد در اشتغال و حجم معاملات هر دو همبستگی مثبتی با تدوین یک طرح کسب و کار کامل و سرمایه اولیه کافی را نشان داده اند.

نیکولاوا و همکاران^{۴۳} (۲۰۱۱) در پژوهشی نقایص عمده در بازار را که باعث ایجاد مشکلات محیط زیستی شده است شناسایی کردند و این نقایص عبارتند از کالاهای عمومی، آثار خارجی، مشکلات ترافیک و تردد، و آلودگی محیط زیست، قدرت انحصاری فروش، مداخله نامناسب دولتی و اطلاعات ناقص. این عوامل باعث کاهش رفاه مردم و افزایش هزینه صاحبان واحدهای تولیدی جهت رعایت استانداردهای محیط زیستی شده است.

پلونسکی^{۴۴} (۲۰۱۱) در پژوهش خود با عنوان «ارزیابی مجدد بازاریابی سبز» عواملی مثل حفاظت از محیط زیست، کارایی بیشتر منابع، صرفه جویی مالی، کاهش زباله و آلودگی، فشارهای درونی و بیرونی، مدیریت هزینه، مزیت رقابتی و تصویر مثبت از شرکت را مؤثر بر توسعه کسب و کار سبز نام بردند.

42 . Groenewegen, G. and Langen

43 . Nikolaou et al.

44 . Polonsky

۲-۳ جمع‌بندی

با توجه به مرور مطالعات پیشین مشخص می‌شود که بر خلاف مطالعات خارجی که کارآفرینی کشاورزی تاکید داشته‌اند، در مطالعات انجام شده داخل کشور اغلب بحث کارآفرینی و توسعه عام آن مورد توجه قرار گرفته است. بنابراین جنبه نوآوری این مطالعه در این است که علاوه بر معرفی شاخص‌های بومی شده کارآفرینی کشاورزی، اقدام به تحلیل سطح کارآفرینی استان کرمان با استفاده از نظر خبرگان نموده است و در نهایت راهبردها و استراتژی‌های مربوطه ارائه گردیده است.

فصل سوم

روش‌شناسی تحقیق

۳-۱- مقدمه

تعیین روش‌شناسی مورد استفاده، بخش مهم هر پژوهش علمی را تشکیل می‌دهد زیرا آن چه که یک تحقیق و نتایج حاصل از آن را معتبر می‌سازد، روش‌های انجام تحقیق به‌ویژه داوری آن می‌باشد. انتخاب روش تحقیق به ماهیت موضوع پژوهش، هدف، فرضیه‌ها و امکانات اجرایی آن بستگی دارد. بنابراین اگرچه اصول کلی پژوهش و تحقیق علمی در تمامی زمینه‌ها یکسان و ثابت است، اما متأثر از بسترها و ساخت‌های هر پژوهشی، روش‌های خاصی جهت دستیابی به اهداف متصور استفاده می‌شود. لذا هر پژوهشگری بسته به ماهیت موضوع تحقیق، مسئله، اهداف و فرضیه‌های تحقیق، متغیرها و شرایط مکانی- فضایی، دامنه و گستردگی موضوع تحقیق و امکانات موجود، روشی خاصی برای انجام پژوهش انتخاب می‌کند.

۲-۳- روش‌شناسی، مراحل و فرآیند بررسی عوامل موثر بر کارآفرینی کشاورزی

در این بخش بر اساس مروری بر مطالعات پیشین، مجموعه‌ای عوامل موثر بر کارآفرینی و بویژه کارآفرینی کشاورزی متناسب با شرایط زمانی و مکانی منطقه مطالعاتی جمع‌آوری شدند. بومی‌سازی عوامل موثر بر کارآفرینی کشاورزی (و تا حدودی کارآفرینی روستایی) از طریق روش دلفی (پرسشنامه خبرگان و کارشناسان) صورت گرفت. در مجموع پرسشنامه در بین ۲۵ خبره آشنا به مباحث کارآفرینی و کشاورزی در استان کرمان توزیع و تکمیل گردید.

جدول ۳-۱- عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی

عامل	معیار	شاخص
درونی	فردی- روانشناختی	فرصت‌شناسی و توانایی مدیریت
		کانون کنترل درونی و تحمل ابهام
		سطح مهارت‌های فردی (فنی و حرفه‌ای)
		داشتن روحیه کارآفرینی
		استقلال طلبی
		تعهد و مسئولیت‌پذیری
		انعطاف‌پذیری
		سطح سواد، دانش فردی و آگاهی
		انگیزه و اراده پیشرفت
		ریسک‌پذیری
		توفیق و کمال‌طلبی
		اعتماد به نفس
		خلاقیت، ابتکار و نوآوری
		تمایل به کار گروهی
کسب درآمد پایدار		

تامین سرمایه برای راه اندازی کسب و کار جدید (وجود منابع مالی)	عوامل اقتصادی	بیرونی (محیطی)
زمینه اشتغال		
افزایش توانایی مالی و اعطای تسهیلات خاص کارآفرینی کشاورزی		
وجود صندوق های اعتباری		
بازاریابی		
دسترسی به بازار مناسب		
دسترسی به عوامل تولید		
بیمه محصولات		
دسترسی بی واسطه به مشتریان و بازارهای جدید		
آشنایی با بازارهای منطقه ای و ملی		
آشنایی با اصول خرید و فروش (قدرت چانه زنی)		
آشنایی با روش های نوین جذب مشتری و تبلیغات		
شرکت در دوره های آموزشی کارآفرینی	عوامل ترویجی آموزشی	
استفاده از رسانه های ارتباطی و جمعی		
برگزاری کلاس های ترویج کارآفرینی و ارتباط با مروج		
برگزاری آموزش های فنی و حرفه ای و مهارت آموزی		
آشنایی با کانال ها و منابع اطلاعاتی		
دانش فنی کافی در زمینه کارآفرینی		
عضویت در گروه های اجتماعی (دولتی و غیر دولتی)	عوامل اجتماعی- فرهنگی	
فضای کسب و کار		
داشتن فرهنگ کسب و کار و کارآفرینی		
اعتماد اجتماعی		
داشتن الگوی موفق کارآفرینی در بین اطرافیان با مقبولیت اجتماعی		
تمایل به شرکت در سرمایه گذاری های جدید		
ارتباط با سایر کارآفرینان		
ثبات و پایداری اجتماعی		
حفاظت و انتقال ارزش های فرهنگی		
حمایت و همکاری خانواده در امور کسب و کار	عوامل خانوادگی	
قدرت تصمیم گیری در خانواده		
بعد خانوار		
سطح تحصیلات و شغل		

وضعیت مالی خانواده		
حمایت نهادهای دولتی	عوامل نهادی - قانونی	
وجود قوانین و اجرای سیاست های حمایتی از کارآفرینان		
وجود سازمان های متولی خاص کارآفرینان کشاورزی		
وجود شبکه حمل و نقل مناسب (جاده و راه های ارتباطی)	عوامل زیر ساختی - محیطی	
وجود مراکز رشد روستایی-کشاورزی		
وجود صنایع کشاورزی- انبار - بسته بندی		
وجود بازار متمرکز برای عرضه محصولات		
قابلیت های طبیعی		
بهبود زیرساخت های مناسب در مناطق کشاورزی، اب ، برق و گاز، مخابرات و پست بانک و ...		
نیروی انسانی ماهر و با تجربه		
امکان استفاده از سرمایه گذاران برای ایجاد کسب و کارهای جدید کشاورزی		
داشتن مهارت های فنی جهت تولید و فرآوری محصولات	عوامل فنی	
مهارت کافی در زمینه استفاده از ابزار آلات و فناوری های موجود از قبیل رایانه و اینترنت		
مهارت کافی در مورد چگونگی راه اندازی طرح تولیدی		
دسترسی به فناوری های نوین		
دسترسی به متخصصان و مشاوران فنی		
تولید محصول سالم	اخلاقی	
سازگاری با آداب و رسوم اجتماعی و هنجارهای اخلاقی		
به رسمیت شناختن اخلاقیات فراتر از قانون		
جلوگیری از اتلاف محصول در مراحل برداشت، انبار و بسته بندی		
محافظت از تنوع زیستی	زیست محیطی	
نگرانی نسبت به مشکلات اخلاقی و محیط زیستی		
صرفه جویی در مصرف آب در روند فعالیت ها		
عدم استفاده از کودهای مضر در روند فعالیت ها		
عدم استفاده بیش از از سموم شیمیایی		

در این تحقیق به منظور وزن دهی به عوامل و معیارها از روش مقایسه زوجی استفاده شده است. انتخاب این روش به این دلیل بوده است که تجربه نشان می‌دهد روش مبتنی بر مقایسه دو به دو به دلیل سهولت کاربرد و دقت مناسب از موثرترین و پرکاربردترین فنون مطرح در تصمیم‌گیری که به صورت نظری و تجربی در دامنه وسیعی از وضعیت‌های تصمیم‌گیری مورد آزمون قرار گرفته است (پرهیزکار و غفاری گیلانده، ۱۳۸۵). منطق دوجه دویی دقت تشخیص پدیده طبیعی را افزایش می‌دهد یکی از ویژگی‌های برجسته این روش در این است که در یک زمان تنها به مقایسه دو معیار می‌پردازد.

روش مبتنی بر مقایسه زوجی برای اولین بار توسط توماس ال ساعتی در سال ۱۹۸۰ در متن فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP) مطرح شده است. به منظور تعیین وزن معیارها ابتدا ماتریس مربعی مقایسه زوجی معیارها (فاکتورها) برای معیار اصلی تهیه و سپس برای هر معیار اصلی چند شاخص انتخاب گردید به عبارت دیگر برای معیارها شاخص‌هایی در نظر گرفته شد، بدین ترتیب که معیارها یک بار در سطر و یک بار در ستون ماتریس نوشته شدند، سپس برای تعیین اولویت دو به دو معیارها نسبت به یکدیگر، فرم ماتریس با استفاده از نظر کارشناسی (متخصصان و خبرگان محلی) تکمیل گردید. با توجه به متقارن بودن ماتریس مقایسه زوجی فقط پر کردن مثلث پائینی یا بالایی آن کافی است. در این ماتریس ترجیح هر عنصر به خودش برابر با یک است، بنابراین تمامی اعدادی که بر روی قطر ماتریس قرار می‌گیرند برابر با یک می‌باشند. این ماتریس درجه اهمیت هر عامل را نسبت به سایر عوامل و شاخص‌ها نشان می‌دهد (باقی زاده و همکاران^{۴۵}، ۲۰۱۹).

به منظور بررسی سازگاری وزن‌ها، ضریب ناسازگاری محاسبه گردید، که در حالت کلی بنا بر پیشنهاد ساعتی این ضریب باید کمتر از ۰/۱ باشد. در غیر این صورت بهتر است جدول AHP مجدداً تکمیل گردد. برای محاسبه وزن شاخص‌ها از نرم‌افزار Expert Choice استفاده گردید. محاسبه وزن‌های نهایی و ضریب

⁴⁵. Baghizadeh et al.

ناسازگاری، با ورود وزن‌های نسبی به نرم افزار Expert Choice، در این محیط صورت پذیرفته است. در نهایت با توجه به ضریب ناسازگاری، پرسشنامه‌ها مورد تایید قرار گرفت.

۳-۳- روش و ابزار گردآوری داده‌ها

به طور کلی ادبیات و مبانی نظری از طریق داده‌های اولیه و ثانویه که مشتمل بر تدوین و تکمیل پرسشنامه، مطالعات و روش کتابخانه‌ای (کتاب‌ها، مجلات، مقالات، گزارش‌ها و ...) و اطلاعات و داده‌های مربوط به منطقه مطالعاتی از طریق مرکز آمار، سازمان جهاد کشاورزی استان، استانداری و سایر سازمان‌ها و ادارات محلی می‌باشد، دریافت و جمع‌آوری شد. در این راستا عمده معیارها و شاخص‌های مرتبط با مباحث کارآفرینی منطقه از طریق اسنادی و به واسطه اطلاعات از پیش موجود جمع‌آوری و سپس جهت تکمیل اطلاعات مربوط به متغیرهای غیرطبیعی (اجتماعی، اقتصادی، مدیریتی و ...)، از روش دلفی و تکنیک پرسشنامه نیز استفاده شد. پرسشنامه تحقیق با توجه به متغیرها و فرضیات، عمدتاً در قالب سوالات بسته و با استفاده از طیف‌هایی همچون طیف لیکرت و در مقیاس اسمی، رتبه‌ای و فاصله‌ای مورد سنجش قرار گرفت.

۳-۳-۱- روایی پرسشنامه

همان‌طور که گفته شد، بخش مهمی از اطلاعات مورد نیاز این تحقیق از طریق پرسشنامه جمع‌آوری گردید. برای تعیین روایی پرسشنامه‌ها، از آزمون مقدماتی پرسشنامه بهره گرفته شد، به طوری که در ابتدا چند نمونه از پرسشنامه مقدماتی به صورت تصادفی تکمیل شد و سپس اقدام به اصلاح سوال‌های نامفهوم و حذف سوال‌های بی‌ربط گردید. پایایی گویه‌ها و سوالات از طریق ضریب آلفای کرونباخ در نرم‌افزار SPSS بررسی گردیده است.

۳-۳-۲ روش نمونه‌گیری و حجم نمونه

جمع‌آوری داده‌ها از طریق توزیع پرسشنامه خبرگان (روش دلفی) در چند مرحله با مشارکت افرادی صورت می‌گیرد که در موضوع پژوهش دارای دانش و تخصص باشند. این افراد برخلاف آنچه در پیمایش‌های

کمی معمول است، بر مبنای نمونه‌برداری احتمالی انتخاب نمی‌شوند. زیرا دلفی، روش و ساز و کار برای تصمیم‌گیری گروهی است و نیاز به متخصصان واجد شرایطی دارد که درک و دانش عمیقی از موضوع پژوهش داشته باشند. روش نمونه‌برداری در این تحقیق نمونه‌گیری هدف‌دار یا قضاوتی است. این روش بر این فرض استوار است که دانش پژوهشگر درباره جامعه برای انتخاب اعضای پانل قابل استفاده است. تعداد مناسب برای تشکیل گروه دلفی بین ۱۰ تا ۲۰ نفر توصیه شده است. افراد کارشناس و خبره انتخاب شده در این پژوهش دارای یک یا چند ویژگی زیر هستند:

- کارشناسان فعال در زمینه اقتصاد، کارآفرینی و کشاورزی
- عضو هیات علمی دانشگاه در زمینه کارآفرینی و کشاورزی علوم اجتماعی و اقتصادی

۳-۴- تدوین چهارچوب طراحی شاخص‌های تحقیق

از آنجایی که هدف اصلی تحقیق بررسی عوامل موثر بر کارآفرینی کشاورزی و کسب و کارهای مربوطه است، لذا به منظور دستیابی به این مهم ضروریست در ابتدا مجموعه‌ای مناسب و بومی شده از عوامل و موانع کارآفرینی کشاورزی را در اختیار داشت. از اینرو در این‌جا، تلاش شده تا با بهره‌گیری از روش توصیفی - تحلیلی با بهره‌گیری از مطالعات پیشین و با شیوه پیمایشی (نظرسنجی از خبرگان و متخصصان) هدف مذکور تحقق یابد.

۳-۵- مروری بر روش دلفی

در اوایل دهه ۱۹۵۰ میلادی، «دالکی و هلمر»، در مؤسسه راند روشی را به‌منظور بررسی نظرات خبرگان تدوین کردند (دالکی و هلمیر^{۴۶}، ۱۹۶۳). هدف از این روش، دسترسی به مطمئن‌ترین توافق گروهی خبرگان درباره موضوعی خاص است که با استفاده از پرسش‌نامه و نظرخواهی از خبرگان، به دفعات و با توجه به بازخورد حاصل از آن‌ها صورت می‌پذیرد (پاول^{۴۷}، ۲۰۰۳). این روش، بررسی کامل عقاید خبرگان است که

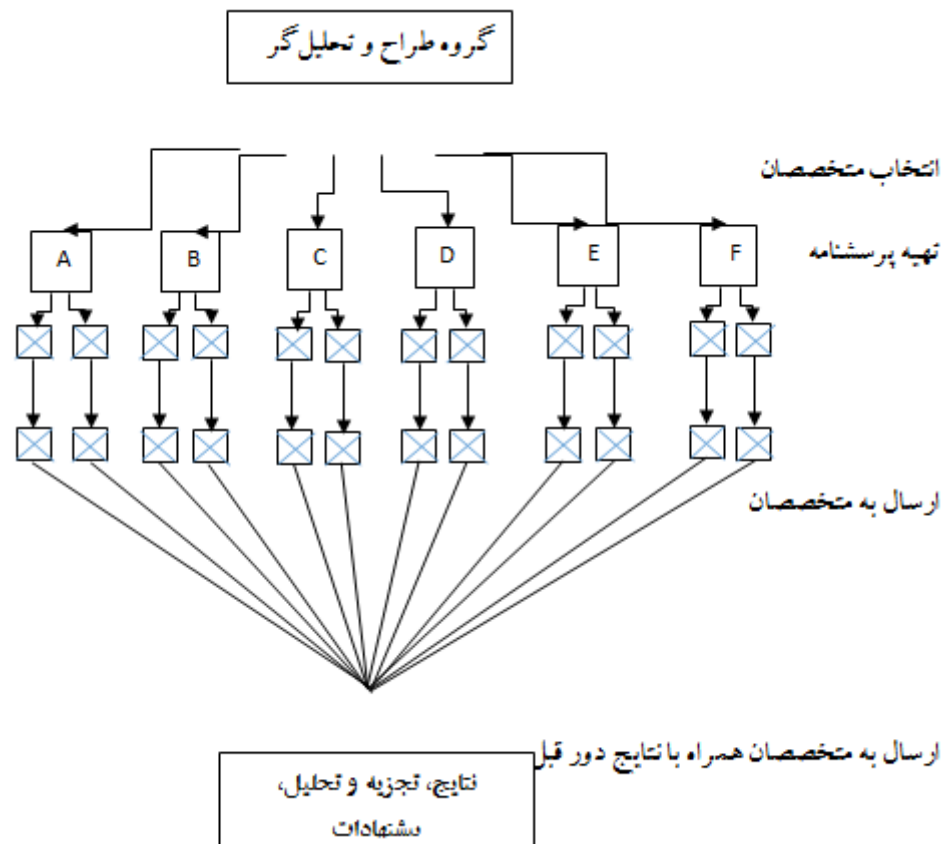
⁴⁶ Dalkey and Helmer

⁴⁷ Powell

سه ویژگی اصلی دارد: پاسخ بی طرفانه به سؤالات (پرسشنامه)؛ تکرار دفعات ارسال سؤالات (پرسشنامه) و دریافت بازخورد از آن‌ها؛ و تجزیه و تحلیل آماری پاسخ به سؤالات گروهی. در روش دلفی، داده‌های ذهنی افراد خبره با استفاده از تحلیل‌های آماری به داده‌های تقریباً عینی تبدیل و به اجماع در تصمیم‌گیری منجر می‌شود. مدل دلفی زمانی که کمبود زمان و هزینه، جلسات مکرر یا روش‌های دیگر غیر ممکن سازد و یا هنگامی که ایجاد توافق میان افراد برای حصول به نتایج معتبر، مهم باشد، مورد استفاده قرار می‌گیرد. روش دلفی یک فرایند قوی مبتنی بر ساختار ارتباطی گروهی است، به طوری که در مواردی که دانش ناکافی و نامطمئن در دسترس باشد، مورد استفاده قرار می‌گیرد و قضاوت به متخصصان امر سپرده می‌شود (کینی و همکاران⁴⁸، ۲۰۰۱).

مراحل اجرای روش دلفی در شکل ۱-۳ نمایش داده شده است.

⁴⁸ Keeney and et al.



شکل ۳-۱ مراحل اجرای روش دلفی

منبع: نوری و نیلی پور طباطبایی (۱۳۸۶)

۳-۵-۱ تشکیل گروه‌های کاری دلفی

در روش دلفی اولین مرحله کار، تشکیل یک تیم به نام تیم طراح و تحلیل گر و یک گروه بزرگ‌تر به نام گروه دلفی است که از مجموع کارشناسان و متخصصاتی که مورد پرسش قرار می‌گیرند، تشکیل شده است. گزینش اعضای واجد شرایط برای گروه دلفی از مهم‌ترین مراحل این روش است، زیرا اعتبار نتایج به شایستگی و دانش این افراد بستگی دارد. روش پیش‌بینی دلفی از سال ۱۹۵۱، به عنوان یک روش علمی مهم شناخته می‌شود. یکی از دلایل استفاده از روش دلفی در کنار روش فرایند تحلیل سلسله مراتبی در این تحقیق، نیاز به استفاده از نظر کارشناسان در زمینه مبحث پایداری محله‌ای و وزن‌دهی به شاخص‌های این تحلیل بوده است.

۳-۵-۲ روش گردآوری اطلاعات

پس از تعیین کارشناسان و خبرگان، سه دور روش دلفی صورت گرفته است (بسته به اتفاق نظر اعضای پانل) پرسشنامه هر دور توزیع و گردآوری می‌شوند.

جدول ۳-۲- پرسشنامه های توزیع شده و جمع آوری شده در پانل دلفی

پرسشنامه های جمع آوری شده تعداد	پرسشنامه های توزیع شده (تعداد)	دور
۲۸	۳۰	دور اول
۲۵	۲۸	دور دوم
۲۵	۲۵	دور سوم

منبع: نگارنده

باتوجه به ماهیت پژوهش، در دور اول از پرسشنامه سوالات به صورت بسته^{۴۹} و باز در اختیار کارشناسان قرار گرفته و تنها یک سوال باز^{۵۰} به منظور جمع‌آوری ایده‌های کارشناسان در ارتباط با معیارها و شاخص‌های کارآفرینی کشاورزی در نظر گرفته شد. در سوال‌های بسته از کارشناسان و خبرگان تحقیق نخست در پرسشنامه توضیح مختصری در مورد موضوع و اهداف آن ارائه گردید سپس خواسته شد تا با توجه به اهداف به سوالات پاسخ دهند.

۳-۶- فرآیند تحلیل سلسله مراتبی

یکی از کارآمدترین تکنیک‌ها در سیستم پشتیبان تصمیم‌گیری چند معیاره، فرآیند تحلیل سلسله مراتبی AHP است که برای اولین بار توسط توماس ال. ساعتی در سال ۱۹۸۰ مطرح شد. این تکنیک بر اساس مقایسه زوجی بنا نهاده شده و امکان بررسی حالات و شرایط مختلف را به افراد می‌دهد. توسط AHP، ابتدا مسأله تصمیم‌گیری ساختار داده شده، گزینه‌های مختلف بر اساس معیارهای مطرح در تصمیم‌گیری با هم مقایسه شده و در نهایت اولویت انتخاب هر یک از آنها مشخص می‌شود. در

⁴⁹ Close-ended questions

⁵⁰ Open-ended questions

ابتدا برای استفاده از این ابزار نیاز به تشکیل گروه تصمیم‌ساز می‌باشد. برای این منظور با توجه به این که موضوع پژوهش هر دو مبحث کارآفرینی و کشاورزی داشتند، گروه تصمیم‌ساز شکل گرفت.

۳-۶-۱ چارچوب مفهومی فرآیند تحلیل سلسله مراتبی

فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی با شناسایی و اولویت‌بندی عناصر تصمیم‌گیری شروع می‌شود: این عناصر شامل هدف‌ها، معیارها یا مشخصه‌ها، و گزینه‌های احتمالی می‌شود که در اولویت‌بندی به کار گرفته می‌شوند. فرآیند شناسایی عناصر و ارتباط بین آن‌ها به ایجاد یک ساختار سلسله‌مراتبی منجر می‌شود: ساختن سلسله مراتب به این دلیل است که عناصر تصمیم‌گیری را می‌توان در سطوح مختلف خلاصه کرد. بنابراین، اولین قدم در فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی، ایجاد یک ساختار سلسله‌مراتبی از موضوع مورد بررسی است که در آن اهداف، معیارها و گزینه‌ها و ارتباط بین آن‌ها نشان داده می‌شود. چهار مرحله بعدی در فرآیند سلسله‌مراتبی، محاسبه وزن (ضریب اهمیت)، معیارها و شاخص‌های محاسبه وزن (ضریب اهمیت گزینه‌ها)، محاسبه امتیاز نهایی گزینه‌ها و بررسی سازگاری منطقی قضاوت‌ها را شامل می‌شود.

فرآیند رتبه‌بندی و اولویت‌بندی گزینه در روش AHP به صورت گروهی در برگزیده مراحل است که می‌توان آن‌ها را در گام‌های زیر طبقه‌بندی کرد:

۱- تشکیل گروه تصمیم‌ساز

از آن جایی که تصمیم‌گیری در سازمان‌ها و شرکت‌ها عموماً مشکل و پیچیده است، استفاده از نظرها و افکار دیگران خطای تصمیم‌گیری را تقلیل داده، باعث بهبود و سرعت کارها می‌گردد. در پژوهش حاضر، گروه تصمیم‌سازها یک تیم ۲۵ نفره از کارشناسان و مسئولان متولی امر گردشگری و محیط زیست و اقتصاد بودند.

۲- ساختار سلسله‌مراتبی

تبدیل موضوع یا مسأله مورد بررسی به یک ساختار سلسله‌مراتبی، مهمترین قسمت فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی محسوب می‌شود، زیرا در این قسمت تجزیه مسائل مشکل و پیچیده فرآیند تحلیل

سلسله‌مراتبی، آن‌ها را به شکل ساده که با ذهن و طبیعت انسان مطابقت داشته باشد، تبدیل می‌کند. به عبارت دیگر، فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی مسائل پیچیده را از طریق تجزیه آن به عناصر جزئی که به صورت سلسله‌مراتبی به هم مرتبط بوده، ارتباط هدف اصلی مسأله با پایین‌ترین سطح سلسله‌مراتبی مشخص است، به شکل ساده‌تری در می‌آورد (زرآبادی و مردوخی، ۱۳۹۱).

۳- تعیین ضریب اهمیت معیارها و شاخص‌ها

۴- وقتی گروه بر روی سلسله‌مراتبی به توافق رسید، باید ماتریس‌های مقایسه زوجی در هر سطح ایجاد شوند. برای تعیین ضریب اهمیت معیارها و شاخص‌ها باید دو به دو آن‌ها با هم مقایسه شوند. دو راه برای ایجاد ماتریس‌های زوجی وجود دارد که عبارتند از:

- قضاوت به اتفاق آراء

- قضاوت‌های شخصی.

در روش اول باید گروه در هر عضو ماتریس به اتفاق آراء برسند، گروه ابتدا باید معیارهای اصلی تصمیم‌گیری را به طور زوجی مقایسه نموده، برای هر عضو (a_{ij}) ماتریس به توافق برسند در روش دوم قضاوت‌های شخصی: در این صورت، فرآیند سلسله‌مراتبی اجازه می‌دهد که هر یک از تصمیم‌سازان مقدار دلخواه خود را برای این عضو وارد ماتریس نموده، سپس قضاوت‌های فردی را با استفاده از میانگین هندسی آن‌ها به قضاوت گروهی (برای هر مقایسه زوجی) تبدیل کند که در این مطالعه از روش دوم استفاده شده است (قدسی‌پور، ۱۳۸۵).

مقیاس‌های دو به دو در یک ماتریس $n \times n$ ثبت می‌شوند و این ماتریس، ماتریس مقایسه دودویی معیارها $A = [a_{ij}] n \times n$ نامیده می‌شود. عناصر این ماتریس همگی مثبت بوده، با توجه به اصل شرط معکوس در فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی (اگر اهمیت i نسبت به j برابر k باشد) اهمیت عنصر j نسبت به i برابر $1/k$ خواهد بود. در هر مقایسه دودویی دو مقدار عددی a_{ij} و $1/a_{ij}$ وجود خواهد داشت.

در ادامه به منظور دستیابی به وزن نسبی، با استفاده از روش دلفی پرسشنامه دوم تحت عنوان «پرسشنامه مقایسات زوجی» شکل گرفت و از متخصصان خواسته شد که معیارها و راهبردهای مهم حاصل شده از نتایج پرسشنامه را به ترتیب از نظر اهمیت نسبت به هدف و اولویت نسبت به تک تک معیارها بر مبنای درجه ارجحیت نه گانه ساعتی مورد مقایسات زوجی قرار دهند. بدین ترتیب ماتریس مقایسات زوجی هر متخصص در زمینه اهمیت معیارها و اولویت راهبردها بر مبنای شکل کلی ماتریس مقایسه زوجی در AHP (جدول ۳-۳) شکل گرفت.

جدول ۳-۳ ماتریس مقایسه زوجی

A=	a ₁₁	a ₁₂	a _{1n}	2 m, i= 1, A=[a _{ij}] j = 1, 2 n m=n
	a ₁₂	a ₂₂	a _{2n}	
	
	a _{m1}	a _{m2}	.	a _{mn}	

در این ماتریس a_{ij} ترجیح عنصر i نسبت به عنصر j است.

برای محاسبه ضریب اهمیت معیارها چهار روش عمده زیر مطرح هستند:

- روش حداقل مربعات؛

- روش حداقل مربعات لگاریتمی؛

- روش بردار ویژه؛

- روش‌های تقریبی؛

چون اغلب ماتریس تشکیل شده در این مطالعه دارای ابعاد بزرگی می باشد، از نرم افزار Expert Choice برای نرمالیزه کردن ماتریس و محاسبه وزن معیارها استفاده شده است. همچنین، برای به دست آوردن ضریب اهمیت شاخص‌ها، همان مراحل را که در بالا برای به دست آوردن ضریب اهمیت معیارها طی شده، مجدداً انجام می شود.

۵- تعیین ضریب اهمیت گزینه‌ها

پس از تعیین ضریب اهمیت معیارها و شاخص‌ها، ضریب اهمیت گزینه‌ها را باید تعیین کرد. در این مرحله، ارجحیت هر یک از گزینه‌ها در ارتباط با هر یک از شاخص‌ها مورد قضاوت و داوری قرار می‌گیرد. مبنای این قضاوت همان مقیاس ۹ کمیتی ساعتی است؛ با این تفاوت که در مقایسه گزینه‌ها در ارتباط با هر یک از شاخص‌ها بحث کدام گزینه مهم‌تر است، مطرح نیست، بلکه کدام گزینه ارجح است و چقدر مطرح است، مهم است. بنابراین، مقیاس ۹ کمیتی ساعتی به شرح جدول (۳-۱۵)، مبنای قضاوت گزینه‌ها در گروه تصمیم‌ساز قرار خواهد گرفت.

جدول ۳-۴- مقیاس ۹ کمیتی ساعتی برای مقایسه دودوئی گزینه‌ها

تعریف	امتیاز(شدت ارجحیت)
ترجیح یکسان	۱
کمی مرجع	۳
ترجیح بیشتر	۵
ترجیح خیلی بیشتر	۷
کاملاً مرجع	۹
ترجیحات بینابین	۸و۶و۴و۲

۶- تعیین امتیاز نهایی (اولویت) گزینه‌ها

تا این مرحله، ضرایب اهمیت معیارها در ارتباط با هدف مطالعه و نیز ضریب اهمیت شاخص‌ها در ارتباط با هر یک از شاخص‌ها تعیین شده است. در این مرحله، از تلفیق ضرایب، اهمیت مزبور امتیاز نهایی هر یک از گزینه‌ها تعیین خواهد شد. برای این کار در نرم‌افزار Expert Choice می‌توان از حالت توزیعی استفاده نمود. این حالت در موارد زیر پیشنهاد می‌گردد:

- اولویت‌بندی گرفته شده مدنظر باشد، نه انتخاب گزینه‌ای که حداکثر رتبه‌بندی را دارد؛
- تخصیص منابع مدنظر باشد؛
- انتخاب گزینه‌هایی که برای هر هدف مقادیر مختلفی داشته باشند؛

یکی از مزیت‌های فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی، امکان بررسی سازگاری در قضاوت‌های انجام شده برای تعیین ضریب اهمیت معیارها و شاخص‌ها است. به عبارت دیگر، در تشکیل ماتریس مقایسه دودویی معیارها (ماتریس A)، چقدر سازگاری در قضاوت‌ها رعایت شده؟ وقتی اهمیت معیار نسبت به یکدیگر برآورد می‌شود، احتمال ناهماهنگی در قضاوت‌ها وجود دارد.

صحت سنجی مقایسه زوجی به منظور بررسی درستی مقایسه‌های انجام گرفته میان هر دو گزینه از طریق بررسی سازگاری مقایسه‌ها امری ضروری می‌باشد. برای این منظور ماتریس زیر (رابطه ۳-۲) جهت تعیین مقادیر بردار ویژه و محاسبه سازگاری تشکیل می‌گردد.

$$W \cdot w = \begin{bmatrix} 1 & \frac{W1}{W2} & \dots & \frac{W1}{Wn} \\ \frac{W2}{W1} & 1 & \dots & \frac{W2}{Wn} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ \frac{Wn}{W1} & \frac{Wn}{w1} & \dots & 1 \end{bmatrix} \times \begin{bmatrix} W1 \\ W2 \\ \dots \\ Wn \end{bmatrix} = \lambda W \quad (1-3)$$

در این رابطه λ یک مقدار ویژه، W ماتریس مقایسه زوجی و w یک بردار ویژه متناظر با مقدار ویژه λ است (قدسی‌پور، ۱۳۸۵). از آنجا که اختلاف بزرگترین مقدار ویژه ماتریس مقایسه زوجی (λ_{max}) و بعد ماتریس (n) نشان دهنده میزان ناسازگاری ماتریس مقایسه زوجی می‌باشد. نرخ ناسازگاری مکانیزمی است که به وسیله آن اعتبار پاسخ پرسش شونده‌گان به ماتریس‌های مقایسه‌ای مورد سنجش قرار می‌گیرد. این مکانیزم معین می‌کند که پاسخ پرسش شونده‌گان به مقایسه شاخص‌ها با جایگزین‌ها چه اندازه اعتبار منطقی دارد.

مکانیزمی که ساعتی برای بررسی ناسازگاری در قضاوت‌ها در نظر گرفته است، محاسبه ضریبی به نام ضریب ناسازگاری است که چنانچه این ضریب کوچکتر یا مساوی ۱ درصد باشد، سازگاری در قضاوت‌ها مورد قبول است وگرنه باید در قضاوت تجدیدنظر شود.

۳-۷- روش‌های تحلیل و آزمون فرضیات

همانطور که پیش‌تر گفته شد جهت دستیابی به اهداف تحقیق در این پژوهش عمدتاً از روش‌های کیفی استفاده شده است و برای آزمون فرضیات از فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی استفاده گردیده است. در نهایت از روش تحلیل استراتژیک سوات برای شناسایی نقاط قوت و ضعف منطقه مورد مطالعه (استان کرمان) استفاده و با استفاده از تحلیل SWOT اقدام به تدوین استراتژی‌های مناسب توسعه کارآفرینی شده است.

۳-۷-۱ رویکرد تحلیل راهبردی (SWOT)

یکی از مناسب‌ترین فنون برنامه‌ریزی و تجزیه و تحلیل راهبردی (استراتژی)، تکنیک SWOT (تحلیل نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها، تهدیدها) است که امروزه به عنوان ابزاری نوین برای تحلیل عملکردها و وضعیت شکاف، مورد استفاده طراحان و ارزیابان راهبردی قرار می‌گیرد (نیلسون^{۵۱}، ۲۰۰۴). بنابراین در این مطالعه، از این روش استفاده شده است. قلمرو ماتریس SWOT وسیع و گسترده است و در واقع یک چارچوب مفهومی برای تحلیل‌های نظام‌مند محسوب می‌شود که امکان بررسی عوامل و مقایسه تنگناها، تهدیدها، جنبه‌های آسیب‌زننده، فرصت‌ها، تقاضاها و موقعیت‌های محیط بیرونی را همراه با نقاط قوت و ضعف راهبرد بوجود می‌آورد.

۱- ترکیب و تلفیق این عوامل بایکدیگر در واقع، مبنای تدوین چهار نوع راهبرد به شرح زیر می‌باشد

(میرحسینی، ۱۳۹۱):

- ۱- تلفیق نقاط قوت و فرصت SO - راهبرد تهاجمی
- ۲- تلفیق نقاط قوت و تهدید ST - راهبرد اقتضایی
- ۳- تلفیق نقاط ضعف و فرصت WO - راهبرد انطباقی
- ۴- تلفیق نقاط ضعف و تهدید WT - راهبرد تدافعی

نحوه رتبه و امتیازدهی در جدول ۳-۵ ارائه شده است.

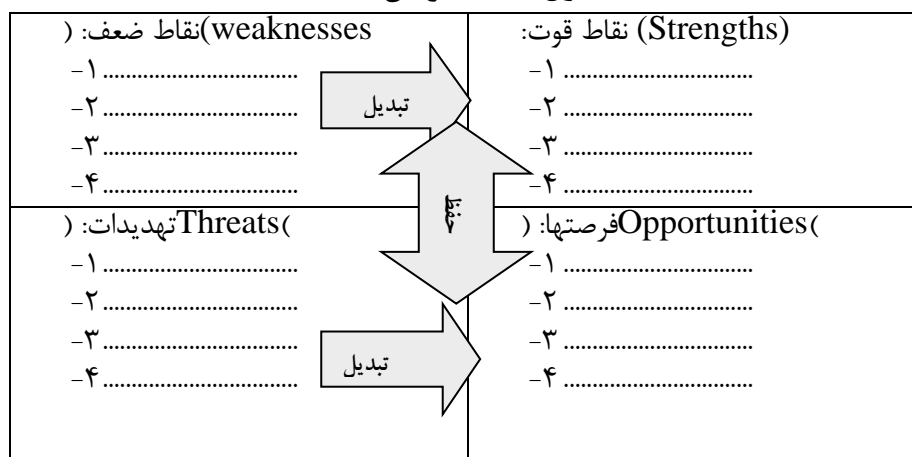
⁵¹ Nilsson

جدول ۳-۵ مراحل دادن ضریب اهمیت، رتبه و امتیاز

عوامل داخلی	ضریب اهمیت	رتبه	امتیاز = ضریب * رتبه
قوت‌ها			
ضعف‌ها			
جمع	$\sum W_{sw}=1$		
عوامل خارجی	ضریب اهمیت	رتبه	امتیاز = ضریب * رتبه
فرصت‌ها			
تهدیدها			
جمع	$\sum W_{ot}=1$		

۱- ماتریس تحلیلی SWOT؛ در مرحله بعد، در فرایند تدوین سیاست‌ها و استراتژی‌های توسعه با لحاظ نمودن جهات قبلی و با توجه به نوع واکنش و نحوه تعامل هر عامل داخلی و خارجی، ماتریس SWOT مطابق جدول (۳-۶) تنظیم می‌شود. بایستی سعی شود با ارائه راهبردهای مناسب در مرحله بعدی، قوت‌ها و فرصت‌های موجود حفظ شود و نقاط ضعف و تهدیدات حذف و به نقاط قوت و فرصت تبدیل گردد.

جدول ۳-۶ ماتریس SWOT



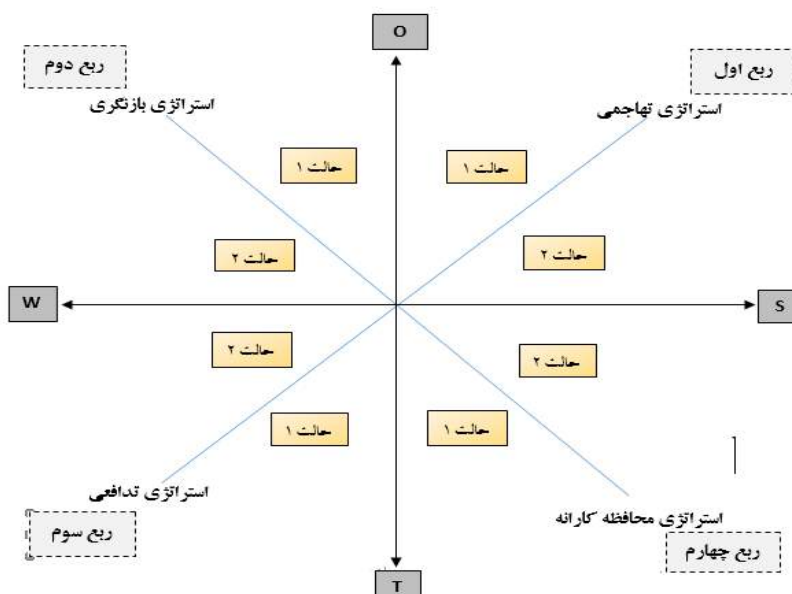
۳-ارائه استراتژی‌ها؛ در این مرحله با مقایسه هر کدام از عوامل با همدیگر در چارچوب محور مختصات، راهبردهایی ارائه می‌شود. بدین ترتیب ماتریس تطبیقی SWOT با عنایت با توضیحات فوق و جدول (۳-۷) ترسیم شده است.

جدول ۳-۷ ماتریس تطبیق SWOT و استراتژی‌ها

عوامل	قوت (S)	ضعف (W)
فرصت (O)	استراتژی تهاجمی: تلفیق نقاط قوت داخلی و فرصت‌های بیرونی در قالب این رهبردها می‌توان با بهره‌جستن از نقاط قوت داخلی از فرصت‌های خارجی بهره‌برداری گردد و با استفاده از نقاط قوت موجود، فرصت‌ها را به حداکثر رساند.	استراتژی بازنگری: تلفیق نقاط ضعف داخلی و فرصت‌های بیرونی در این راهبردها راهکارهای اجرایی در جهت رفع نقاط ضعف از طریق بهره‌برداری بهینه از فرصت‌ها، بویژه از طریق تخصیص مجدد منابع مورد توجه است.
تهدید (T)	استراتژی محافظه‌کارانه: تلفیق نقاط قوت داخلی و تهدیدهای بیرونی در این راهبرد سعی بر آن است تا با شناسایی مهمترین نقاط قوت به مقابله با تهدیدهای بیرون بپردازد.	استراتژی تدافعی: تلفیق نقاط ضعف داخلی و تهدیدهای بیرونی در استراتژی‌های تدافعی، حالت تدافعی گرفته شده و سعی می‌شود با ارائه راهبردهایی ضمن به حداقل رساندن نقاط ضعف داخلی از تهدیدهای برون منطقه نیز اجتناب نماید.

سپس بعد از تعیین نمره (امتیاز) ضعف و قوت و همچنین نمره (امتیاز) فرصت و تهدید، نوع استراتژی

مربوطه با استفاده از شکل ۳-۳ مشخص می‌شود.

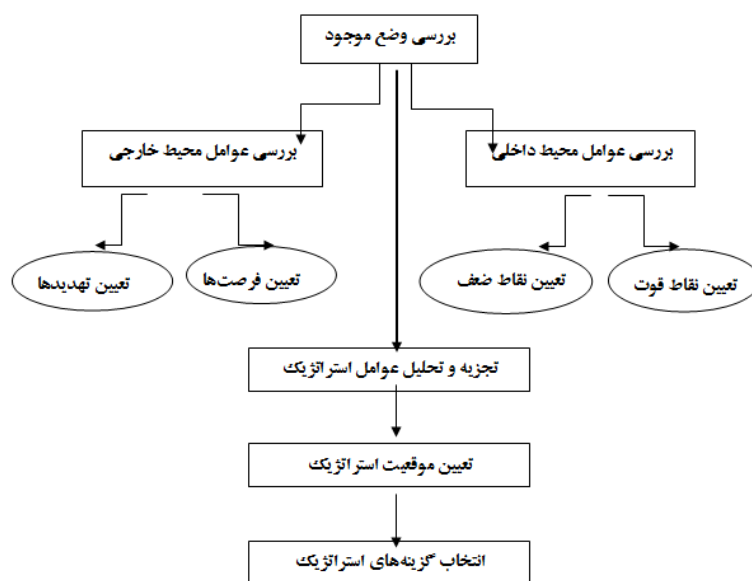


شکل ۳-۳ موقعیت استراتژیک منطقه گردشگری

منبع: کریمی و محبوب‌فر (۱۳۹۱)

اولویت‌بندی استراتژی‌ها: جهت اولویت‌بندی استراتژی‌ها از مقایسه زوجی و نرم افزار Expertchoice استفاده خواهد شد.

به طور کلی، چارچوب تحلیل SWOT در این پژوهش به صورت شکل ۳-۴ است.



شکل ۳-۴ چارچوب تحلیل سوات در پژوهش حاضر

۳-۸- ویژگی‌های منطقه مورد مطالعه (استان کرمان)

استان کرمان پهناورترین استان ایران با مرکزیت شهر کرمان است. استان کرمان در جنوب شرق ایران قرار گرفته و جمعیت آن در سال ۱۳۹۵ و بر اساس آمار مرکز آمار ایران برابر با ۳,۱۶۴,۷۱۸ نفر بوده است. کرمان با دربر گرفتن بیش از ۱۱ درصد از وسعت ایران با حدود ۱۸۳۱۹۳ کیلومتر مربع نخستین استان پهناور ایران می‌باشد. کرمان نهمین استان پرجمعیت کشور محسوب می‌شود. کرمان از استان‌های بسیار مهم و تاریخی کشور به‌شمار می‌آید. استان کرمان همچنین بیش از ۶۶۰ اثر ملی ثبت شده دارد و از استان‌های تاریخی ایران می‌باشد. استان کرمان ۷ اثر ثبت شده در میراث جهانی یونسکو از جمله ارگ بم، باغ شاهزاده ماهان، دهکده صخره‌ای میمند در شهر بابک، ارگ راین و روستای صخره‌ای درگسک کوهبنان و مقبره آخوند کوهبنان، کویر لوت و سه قنات دارد و رتبه نخست ایران را از این حیث دارد. مرکز استان کرمان، شهر

کرمان است. استان کرمان همچنین چندین سال متوالی رتبه نخست صادرات غیرنفتی کشور را از آن خود کرده است. این استان بزرگترین صادرکننده خرما در کشور است. حدود ۱۷٪ از باغهای کشور در این استان قرار دارد که از این رو دارای رتبه نخست کشوری است.

استان کرمان در جنوب شرقی ایران قرار دارد و ارتفاعات آن دنباله رشته کوه‌های مرکزی ایران است. این ارتفاعات با دارا بودن بیش از ۱۴ قله با ارتفاع بیش از ۴۰۰۰ متر بهشت کوهنوردان نامیده شده است. کوه هزار چهارمین کوه مرتفع ایران با ارتفاع ۴۵۰۱ متر در کرمان و در جنوب غربی شهر راین واقع شده است. کوه شاه نیز با ارتفاع ۴۴۰۰ متر در شمال روستای تلخه چار شهرستان بافت قرار دارد. استان کرمان از تنوع آب و هوایی از گرم تا معتدل و بسیار سرد در بسیاری از نقاط مانند بافت، رابر، کوهبنان، بردسیر و تاحدی شهر بابک برخوردار است. شهر لاله زار در استان کرمان با ارتفاع ۲,۷۷۵ متر از سطح دریا بلندترین شهر کشور و بام ایران است. این استان تحت تأثیر بادهای مختلف برون منطقه‌ای و محلی است. وزش این بادهای آب و هوایی آن را دستخوش تحولات زیادی می‌کند. تنوع اقلیمی در استان کرمان بسیار زیاد بوده و مناطق کوهستانی سرد و پر برف مثل رابر، بزجان، بافت، چهارگنبد، سرچشمه راین، کوهبنان، گوغر، خبر، سیرچ، ساردوئیه، لاله زار و دهبکری و نیز مناطق گرمی مثل شهداد و جازموریان را در خود جای داده است. بلندی‌های استان کرمان دنباله رشته کوه‌های زاگرس و رشته کوه مرکزی ایران است که از چین خوردگی‌های آتشفشانی آذربایجان آغاز می‌شود و تا بلوچستان امتداد می‌یابد و دنباله آن را در فلات مرکزی، حوزه‌های پست داخلی و کویر چندین بار قطع می‌کنند. کوه هزار مرتفع‌ترین قله استان کرمان و چهارمین قله ایران است و ارتفاع آن ۴۵۰۱ متر می‌باشد و در غرب شهر راین واقع شده است. کوه شاه لاله زار نیز با ارتفاع ۴۴۰۰ متر در نزدیکی بخش لاله زار قرار دارد.

تنوع آب و هوایی استان کرمان به دلیل شرایط خاص اقلیمی در خور توجه است. در نتیجه این شرایط اقلیمی، در نواحی شمال، شمال غربی، آب و هوا خشک، در جنوب و جنوب شرقی گرم و مرطوب و در جنوب غربی و مرکز سرد و کوهستانی است. بارندگی‌های ۳۰-۶۰ میلی‌متری دشت نرماشیر و شهداد و

۳۵۰-۴۰۰ میلی‌متری بلندی‌های ساردوئیه، دهبکری و جبالبارز، و حتی بیش از ۴۰۰ میلی‌متر در شهرستان بافت و نیز وجود تنها پارک ملی جنوب شرق ایران و بزرگترین پارک ملی جنوب ایران یعنی پارک ملی خبر در جنوب غربی شهرستان بافت خود گویای مناطق اکولوژیک متفاوت در این استان است. مناطق مرکزی، غربی، جنوب غربی و تاحدی شرقی استان از بارش برف و کولاک زیادی در فصل زمستان برخوردار است. رژیم بارندگی در مناطق جنوب شرقی و شمال شرقی استان اغلب به صورت باران و در نواحی مرکزی، جنوب غربی و غرب و شمال غرب استان برف می‌باشد و در محدوده آبان ماه تا فروردین ماه قرار دارد و از بادهای غربی و شمال غربی منطقه تغذیه می‌شود که اغلب موسمی و خشک است.

استان کرمان از جمله مهم‌ترین استان‌های کشور از جهت وجود مناطق حفاظت شده و گونه‌های کمیاب است، به طوری که در حال حاضر بیش از ۱۹ درصد از پرندگان و ۴۶ درصد از پستانداران حمایت شده کشور در این استان زندگی می‌کنند که برخی از آن‌ها در سطح جهان حائز اهمیت هستند. در حال حاضر مهم‌ترین پارک ملی نیمه جنوبی کشور به نام پارک ملی خبر در استان کرمان قرار دارد.

به همت تلاشگران کرمانی، در عرضه کشاورزی موجب شده تا این استان بیشترین صادرات غیرنفتی کشور را به خود اختصاص دهد و در بازار جهانی جایگاه رفیعی نزدیک شود. از نظر سطح زیر کشت، باغات استان ۱۷ درصد اراضی زیر کشت باغات کشور را به خود اختصاص داده (معادل یک پنجم و رتبه اول کشور) استان کرمان به لحاظ میزان سطح زیر کشت و تولید پسته با سطح ۳۰۲۵۳۴ هکتار و تولیدی ۱۴۸۲۱۴ تن معادل ۷۵ درصد باغات استان و ۷۷٫۵ درصد باغات کشور مقام اول را در کشور دارا می‌باشد و سطح زیر کشت مرکبات استان کرمان ۱۰۷۴۸ هکتار برآورد شده است که حائز رتبه سوم کشور است. هند ایران: جیرفت و کهنوج به دلیل شرایط مساعد اقلیمی، وجود منابع ارزشمند آب‌و خاک، و پیوستگی اکولوژیکی در عرصه کشاورزی، موقعیت خاص یافته‌اند، آن‌طور که جیرفت را (هند ایران) نامیده‌اند.

استان کرمان، بزرگ‌ترین تولیدکننده پسته است. شهرستان‌های انار، سیرجان، رفسنجان و بخش بهرمان، زرنده، شهربابک و راور از بزرگترین مراکز تولید پسته در جهان می‌باشند. پسته اکبری که مرغوب‌ترین پسته

و بسیار بازار پسند می‌باشد محصول شهرستان انار است. یکی از مرغوب‌ترین خرماهای ایران در شهرستان بم تولید می‌شود. همچنین تولید محصول به، گردو، بادام، سیب، زرد آلو، آلوچه و زعفران در شهرستان شهر بابک نسبتاً خوب می‌باشد. بزرگترین سطح زیر کشت گردوی کشور در شهرستان بافت قرار دارد که از نظر تولید این شهرستان مقام دوم کشوری را داراست، زیره سیاه بافت که در ارتفاعات کوه شاه و پارک ملی خیر می‌روید معطرترین و ارزشمندترین زیره کرمان است. هم‌چنین زیره مرغوب از ارتفاعات جوپار، سیرچ و راین نیز برداشت می‌شود. شهرستان جیرفت نیز مهم‌ترین کانون فراوردن مرکبات در ایران است؛ که کیفیت مرکباتش بی‌نظیر است گردو، سیب درختی، عسل، زیره، گل محمدی و گلاب، مرکبات، محصولات جالیزی، پنبه و ذرت، زعفران و گیاهان دارویی از قبیل به لیمو، گاوزبان از سایر محصولات کشاورزی مهم استان کرمان می‌باشد. شایان به ذکر است بیش از بیست و پنج درصد از کل باغ‌های کشور در استان کرمان قرار دارد. باغ‌های بزرگ بادام هما شهر از مراکز بزرگ تولید بادام در بخش پاریز محسوب می‌شوند.

۳-۹- جمع‌بندی

با توجه به مباحث طرح شده در زمینه اهمیت کارآفرینی کشاورزی به خصوص در زمینه تولید محصولات کشاورزی، صادرات غیر نفتی و ارزآوری و همچنین اشتغالزایی، در صورت عدم توجه کافی، تهدیدهای زیادی در جامعه کشاورزی بوجود خواهد آمد که منجر به افزایش فقر، بیکاری، ناپایداری محیطی و تهدیدات امنیت غذایی و مهاجرت روستائیان به شهر خواهد شد.

فصل چهارم

تجزیه و تحلیل داده‌ها

۴-۱- مقدمه

در ادبیات موجود کارآفرینی، رویکردهای مختلفی در خصوص تعیین عوامل موثر بر فعالیت های کارآفرینانه وجود دارد که دلیل آن را می توان در رشته های مختلف علوم مورد بررسی قرار داد. به عنوان یک مطالعه بین رشته ای کارآفرینی متشکل از جنبه های پژوهش های اقتصادی، تاریخی، روانشناسی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی است همه ی این پژوهش ها از نقطه نظرها و جنبه های مختلفی بر کارآفرینی تمرکز می کنند از آنجایی که کارآفرینی به عنوان ابزاری مناسب برای تحریک و رشد اقتصادی شناخته شده است، شناسایی عوامل تعیین کننده فعالیت کارآفرینی امکان می دهد تا سیاست های مناسب برای افزایش بهره وری و رشد اقتصادی در یک اقتصاد طراحی شود. به دلیل گستردگی عوامل تأثیرگذار بر فعالیت های کارآفرینانه، پژوهش های متعددی از جنبه های مختلفی عوامل مؤثر بر آن را مورد مطالعه قرار داده اند.

یکی از روش های شناسایی و توجه به چالش های کارآفرینی کشاورزی به کارگیری معیارها و شاخص های مربوطه به کسب و کارهای نوپا و کارآفرینی در چارچوب و الگویی منظم است. پیش از انجام این کار، به منظور ایجاد مجموعه ای مناسب از عوامل و معیارها ضرورت مرور مطالعات پیشین انجام شده در این زمینه و در نظر گرفتن دیدگاه های خبرگان و متخصصان امر، نهادهای مختلف و سایر ذینفعان قابل مشاهده است.

۴-۲ - انتخاب شاخص های نهایی

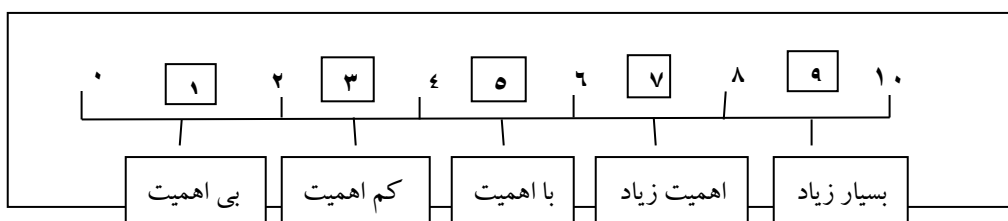
پس از مرحله تدوین عوامل و معیارهای عرصه های کارآفرینی گردشگری و غربالگری و اولویت بندی آنها برای هر یک از عوامل، معیارهایی تعریف شد. در پژوهش حاضر بومی سازی معیارها از طریق روش دلفی (پرسشنامه خبرگان و کارشناسان) صورت گرفت. در مجموع ۲۵ پرسشنامه در بین خبرگان موضوع و آشنا به مباحث کارآفرینی کشاورزی توزیع و تکمیل گردید. پرسشنامه خبرگان با دو هدف اصلی طراحی گردید:

- انتخاب معیارهای متناسب با اهداف و منطقه مطالعاتی

- وزن دهی معیارهای متناسب با اهداف

برای دستیابی به اهداف فوق نخست در پرسشنامه توضیح مختصری در مورد موضوع و اهداف آن ارائه گردید و از خبرگان خواسته شد که به دو سوال اصلی پاسخ دهند؛ نخست برای دستیابی به هدف اولی از خبرگان این سوال پرسیده شد که:

- میزان اهمیت هر کدام از معیارهای ارائه شده در توسعه کارآفرینی کشاورزی چقدر است؟
 خبرگان می‌بایست به شاخص‌ها از ۰ تا ۱۰ اهمیت بدهند. ۰ به معنای کمترین اهمیت و ۱۰ به معنای بیشترین اهمیت می‌باشد (شکل ۴-۱).



شکل ۴-۱ طیف کیفی میزان اهمیت شاخص‌ها

متخصصان منتخب همزمان مسلط به علوم کارآفرینی کشاورزی و اقتصاد با حداقل ۵ سال سابقه فعالیت مرتبط بوده‌اند. پرسشنامه‌ها این امکان را برای متخصصان فراهم کردند تا نظرات خود را راجع به میزان اهمیت معیارها و شاخص‌ها با یکی از پنج درجه اهمیت (بی اهمیت با امتیاز ۱ معرف دامنه وزن ۰ تا ۲، کم اهمیت با امتیاز ۳ معرف دامنه ۲ تا ۴، با اهمیت با امتیاز ۵ معرف دامنه وزن ۴ تا ۶، با اهمیت زیاد با امتیاز ۷ معرف دامنه وزن ۶ تا ۸ و با اهمیت بسیار زیاد با امتیاز ۹ معرف دامنه وزن ۸ تا ۱۰ بیان کنند.

در ادامه، برای اولویت‌بندی ابعاد اصلی و شاخص‌های هر بعد از روش تحلیل سلسله مراتبی^{۵۲} استفاده شده است. این روش، برای نخستین بار توسط توماس ساعتی ارائه گردید که بر مبنای ساختار سلسله مراتبی ارائه شده است. کاهش تصمیمات پیچیده به تعدادی مقایسه و رتبه‌بندی‌های ساده از مزایای روش AHP است، که نه تنها در رسیدن به بهترین تصمیم به تحلیل‌گر کمک کرده؛ بلکه منطق روشی را برای انتخاب

⁵². AHP

فراهم می‌کند. دلیل استفاده از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی، شناسایی گزینه‌های مرجح و تعیین رتبه گزینه‌ها با در نظر گرفتن هم‌زمان تمامی معیارهای تصمیم‌گیری می‌باشد (باقی زاده و همکاران، ۲۰۱۸). مزیت روش تحلیل سلسله مراتبی به جای روش‌های تصمیم‌گیری در این است که تنها مدل تصمیم‌گیری است که می‌تواند سازگاری قضاوت‌های تصمیم‌گیرندگان را اندازه‌گیری کند. مقایسه زوجی در روش AHP تصمیم‌گیرندگان را قادر می‌سازد که وزن معیارها یا رتبه گزینه‌ها را با استفاده از ماتریس مقایسه زوجی استخراج کنند. AHP به تصمیم‌گیرندگان کمک می‌کند ساختار انعطاف‌پذیری را ساخته و جنبه‌های بحرانی مسئله را به داخل ساختار سلسله مراتبی وارد کنند.

در این مطالعه، روش گردآوری داده‌ها به صورت اسنادی و پیمایشی و ابزار مورد استفاده در روش پیمایشی، پرسشنامه بوده است، به طوری که تعداد ۲۵ پرسشنامه توسط خبرگان حوزه اقتصاد، کارآفرینی و کشاورزی استان کرمان (اساتید دانشگاه و مراکز تحقیقاتی، صاحبان کسب و کارهای کشاورزی)، تکمیل و اطلاعات جمع‌آوری و بررسی شد. قبل از توزیع پرسشنامه، روایی و پایایی آن بررسی گردید و روایی پرسشنامه برای بررسی مناسب اعلام شد. پایایی پرسشنامه نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ مورد تایید قرار گرفت. سپس اقدام به ساخت ساختار سلسله مراتبی معیارها شد. سطح نخست ساختار سلسله مراتبی شامل هدف اصلی یعنی اولویت‌بندی عوامل اصلی موثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی است و سطح دوم دربرگیرنده معیارهای عوامل اصلی می‌باشد.

سرانجام از نرم‌افزار Expert Choice برای نرمالیزه کردن داده‌ها و محاسبه وزن نسبی معیارها و زیرمعیارها و مقایسه زوجی آن‌ها استفاده شده است. در این نرم‌افزار برای قضاوت از ضریب ناسازگاری استفاده می‌شود. بدین ترتیب که، چنانچه این ضریب کوچکتر یا مساوی ۰,۱ باشد، سازگاری در قضاوت‌ها مورد قبول است و در غیر اینصورت، باید در قضاوت‌ها تجدید نظر شود (قنبری و ضیاآبادی، ۱۴۰۰).

۴-۳- اولویت‌بندی معیارهای کارآفرینی کشاورزی

برای بدست آوردن وزن شاخص‌ها و معیارها از روش AHP گروهی استفاده شده است. برای این کار نیز روش دلفی (پرسشنامه خبرگان و کارشناسان) مورد استفاده قرار گرفت. بنابراین در پرسشنامه خبرگان سوال دوم به این صورت مطرح گردید که:

• اهمیت نسبی معیارهای کارآفرینی کشاورزی بر اساس مقایسه زوجی آنها چگونه است؟

برای تعیین پایایی پرسشنامه، ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد که نتایج محاسبه در جدول ۴-۱ آمده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که ضریب آلفای کرونباخ عوامل درونی و بیرونی، فردی و روانشناختی، عوامل اقتصادی، عوامل ترویجی و آموزشی، اجتماعی-فرهنگی، عوامل خانوادگی، نهادی و قانونی، زیرساختی-محیطی، فنی، اخلاقی و زیست محیطی به ترتیب ۰/۷۶۳، ۰/۸۴۵، ۰/۷۶۳، ۰/۸۲۹، ۰/۸۰۲، ۰/۷۵۸، ۰/۸۳۳، ۰/۷۹۹، ۰/۸۱۵، ۰/۸۴۴، ۰/۷۷۶ و ۰/۷۸۹ است. با توجه به این که تمامی ضرایب بیشتر از ۰/۷ است، بنابراین بخش‌های مختلف پرسشنامه از پایایی لازم برخوردارند و بین سوالات هر بعد، همبستگی لازم وجود دارد. همچنین ضریب آلفای کرونباخ برای کل پرسشنامه ۰/۹۲۳ به دست آمد که نشان می‌دهد، پرسشنامه از پایایی لازم برخوردار است و بین همه سوالات پرسشنامه، همبستگی قابل قبولی وجود دارد. سپس درجه اهمیت و اولویت‌بندی عوامل و معیارهای مختلف کارآفرینی کشاورزی آنها از دیدگاه خبرگان، مشخص شدند.

جدول ۴-۱- نتایج محاسبه ضریب آلفای کرونباخ

بخش‌های پرسشنامه	ضریب آلفای کرونباخ
عوامل درونی	۰/۷۶۳
عوامل بیرونی	۰/۸۴۵
فردی- روانشناختی	۰/۷۶۳
عوامل اقتصادی	۰/۸۲۹
عوامل ترویجی- آموزشی	۰/۸۰۲
عوامل اجتماعی-فرهنگی	۰/۷۵۸

۰/۸۳۳	عوامل خانوادگی
۰/۷۹۹	عوامل نهادی و قانونی
۰/۸۱۵	عوامل زیرساختی - محیطی
۰/۸۴۴	عوامل فنی
۰/۷۷۶	عوامل اخلاقی
۰/۷۸۹	عوامل زیست محیطی
۰/۹۲۳	کل پرسشنامه

ماخذ: یافته‌های تحقیق

۴-۴- اولویت‌بندی عوامل و معیارهای کارآفرینی کشاورزی

۴-۴-۱ - اولویت‌بندی عوامل و ابعاد اصلی

در این مرحله اقدام به اولویت‌بندی عوامل اصلی کارآفرینی کشاورزی با استفاده از ماتریس مقایسات زوجی شده است.

همچنان‌که در جدول ۴-۲ دیده می‌شود، از میان دو عامل اصلی درونی و بیرونی، عوامل بیرونی با وزن ۰/۶۰۶ دارای اولویت اول و عوامل درونی با وزن ۰/۳۹۴ دارای اهمیت دوم بوده اند (نرخ ناسازگاری ۰ می باشد که حاکی از اعتبار مدل است).

جدول ۴-۲- اولویت‌بندی ابعاد پژوهش

اولویت	وزن	ابعاد پژوهش	ردیف
۲	۰/۳۹۴	عوامل درونی	۱
۱	۰/۶۰۶	عوامل بیرونی	۲
	۰/۰۰	نرخ ناسازگاری	

۴-۴-۲- اولویت‌بندی معیارهای عوامل درونی موثر بر کارآفرینی کشاورزی

بعد از اولویت‌بندی ابعاد و عوامل اصلی، به اولویت‌بندی زیر بخش‌های هر کدام از آن‌ها پرداخته می‌شود.

جدول ۴-۳ اولویت‌بندی معیارهای عوامل روانشناختی (فردی)

اولویت	وزن	معیار	ردیف
۱۱	۰/۰۴۳	فرصت شناسی و توانایی مدیریت	۱
۱۴	۰/۰۳۶	کانون کنترل درونی و تحمل ابهام	۲
۷	۰/۰۶۴	سطح مهارت های فردی (فنی و حرفه ای)	۳
۹	۰/۰۵۴	داشتن روحیه کارآفرینی	۴
۱۲	۰/۰۴۰	استقلال طلبی	۵
۶	۰/۰۶۸	تعهد و مسئولیت پذیری	۶
۸	۰/۰۵۷	انعطاف پذیری	۷
۵	۰/۰۸۰	سطح سواد، دانش فردی و آگاهی	۸
۲	۰/۱۲۵	انگیزه و اراده پیشرفت	۹
۱۰	۰/۰۵۳	ریسک پذیری	۱۰
۱۳	۰/۰۳۸	توفیق و کمال طلبی	۱۱
۴	۰/۱۰۰	اعتماد به نفس	۱۲
۳	۰/۱۰۹	خلاقیت، ابتکار و نوآوری	۱۳
۱	۰/۱۳۴	تمایل به کار گروهی	۱۴
۰/۰۸		نرخ ناسازگاری	

بر اساس نتایج جدول ۳-۴ از میان ۱۴ معیار عوامل درونی و فردی عوامل تمایل به کار گروهی، انگیزه و اراده پیشرفت، خلاقیت و ابتکار و نوآوری و اعتماد به نفس به ترتیب دارای اولویت اول تا چهارم بوده اند و سایر عوامل در رتبه های بعدی قرار گرفته اند. همچنین نتایج نشان داد نرخ ناسازگاری برای این تصمیم گیری ۰/۰۸ می باشد که نشان از اعتبار مدل است.

۴-۴-۳- اولویت بندی معیارهای عوامل بیرونی موثر بر کارآفرینی کشاورزی

در ادامه به اولویت بندی زیربخش های عوامل بیرونی پرداخته می شود.

جدول ۴-۴ اولویت بندی معیارهای عوامل بیرونی موثر بر کارآفرینی کشاورزی

اولویت	وزن	معیار	ردیف
۲	۰/۱۳۶	عوامل اقتصادی	۱
۷	۰/۰۶۳	عوامل ترویجی- آموزشی	۲
۴	۰/۱۲۲	عوامل اجتماعی- فرهنگی	۳
۸	۰/۰۵۱	عوامل خانوادگی	۴
۳	۰/۱۳۴	عوامل نهادی و قانونی	۵

۱	۰/۲۶۹	عوامل زیرساختی - محیطی	۶
۵	۰/۰۹۸	عوامل فنی	۷
۶	۰/۰۸۲	عوامل اخلاقی	۸
۹	۰/۰۴۵	عوامل زیست محیطی	۹
۰/۰۸		نرخ ناسازگاری	

بر اساس نتایج جدول ۴-۴ از میان ۹ معیار عوامل بیرونی معیارهای عوامل زیرساختی - محیطی، عوامل اقتصادی، عوامل نهادی و قانونی و عوامل اجتماعی-فرهنگی به ترتیب دارای اولویت اول تا چهارم بوده اند و سایر عوامل در رتبه های بعدی قرار گرفته اند. همچنین نتایج نشان داد نرخ ناسازگاری برای این تصمیم‌گیری ۰/۰۸ می‌باشد که نشان از اعتبار مدل است.

جدول ۴-۵ اولویت‌بندی معیارهای عوامل اقتصادی (عوامل بیرونی)

اولویت	وزن	معیار	ردیف
۷	۰/۰۷۹	کسب درآمد پایدار	۱
۲	۰/۰۸۶	تامین سرمایه برای راه اندازی کسب و کار جدید (وجود منابع مالی)	۲
۱۰	۰/۰۶۶	زمینه اشتغال	۳
۱	۰/۰۸۸	افزایش توانایی مالی و اعطای تسهیلات خاص کارآفرینی کشاورزی	۴
۹	۰/۰۷۰	وجود صندوق های اعتباری	۵
۵	۰/۰۸۳	بازاریابی	۶
۶	۰/۰۸۰	دسترسی به بازار مناسب	۷
۳	۰/۰۸۵	دسترسی به عوامل تولید	۸
۱۱	۰/۰۶۰	بیمه محصولات	۹
۸	۰/۰۷۶	دسترسی بی واسطه به مشتریان و بازارهای جدید	۱۰
۵	۰/۰۸۳	آشنایی با بازارهای منطقه ای و ملی	۱۱
۴	۰/۰۸۴	آشنایی با اصول خرید و فروش (قدرت چانه زنی)	۱۲
۱۲	۰/۰۵۷	آشنایی با روش های نوین جذب مشتری و تبلیغات	۱۳
۰/۰۲		نرخ ناسازگاری	

بر اساس نتایج جدول ۴-۵ از میان ۱۳ معیار عوامل اقتصادی معیارهای افزایش توانایی مالی و اعطای تسهیلات خاص کارآفرینی کشاورزی، تامین سرمایه برای راه اندازی کسب و کار جدید (وجود منابع مالی)، دسترسی به عوامل تولید و آشنایی با اصول خرید و فروش (قدرت چانه زنی) به ترتیب دارای اولویت اول تا چهارم بوده اند و سایر عوامل در رتبه های بعدی قرار گرفته اند. همچنین نتایج نشان داد نرخ ناسازگاری برای این تصمیم گیری ۰/۰۲ می باشد که نشان از اعتبار مدل است.

جدول ۴-۶ اولویت بندی معیارهای عوامل ترویجی آموزشی (عوامل بیرونی)

اولویت	وزن	معیار	ردیف
۵	۰/۱۲۳	شرکت در دوره های آموزشی کارآفرینی	۱
۴	۰/۱۳۰	استفاده از رسانه های ارتباطی و جمعی	۲
۶	۰/۱۱۱	برگزاری کلاس های ترویج کارآفرینی و ارتباط با مروج	۳
۱	۰/۲۳۵	برگزاری آموزش های فنی و حرفه ای و مهارت آموزی	۴
۳	۰/۱۷۳	آشنایی با کانال ها و منابع اطلاعاتی	۵
۲	۰/۲۲۸	دانش فنی کافی در زمینه کارآفرینی	۶
۰/۰۳		نرخ ناسازگاری	

بر اساس نتایج جدول ۴-۶ از میان ۶ معیار عوامل ترویجی آموزشی برگزاری آموزش های فنی و حرفه ای و مهارت آموزی، دانش فنی کافی در زمینه کارآفرینی، آشنایی با کانال ها و منابع اطلاعاتی و استفاده از رسانه های ارتباطی و جمعی به ترتیب دارای اولویت اول تا چهارم بوده اند و سایر عوامل در رتبه های بعدی قرار گرفته اند. همچنین نتایج نشان داد نرخ ناسازگاری برای این تصمیم گیری ۰/۰۳ می باشد که نشان از اعتبار مدل است.

جدول ۴-۷ اولویت بندی معیارهای عوامل اجتماعی - فرهنگی (عوامل بیرونی)

اولویت	وزن	معیار	ردیف
۸	۰/۰۳۶	عضویت در گروه های اجتماعی (دولتی و غیر دولتی)	۱
۱	۰/۱۷۷	فضای کسب و کار	۲

۳	۰/۱۳۶	داشتن فرهنگ کسب و کار و کارآفرینی	۳
۲	۰/۱۴۹	اعتماد اجتماعی	۴
۴	۰/۱۰۸	داشتن الگوی موفق کارآفرینی در بین اطرافیان با مقبولیت اجتماعی	۵
۶	۰/۰۹۸	تمایل به شرکت در سرمایه گذاری های جدید	۶
۵	۰/۰۹۹	ارتباط با سایر کارآفرینان	۷
۲	۰/۱۴۹	ثبات و پایداری اجتماعی	۸
۷	۰/۰۴۹	حفاظت و انتقال ارزش های فرهنگی	۹
۰/۰۹		نرخ ناسازگاری	

بر اساس نتایج جدول ۴-۷ از میان ۹ معیار عوامل اجتماعی- فرهنگی معیارهای فضای کسب و کار، اعتماد اجتماعی و ثبات و پایداری اجتماعی، داشتن فرهنگ کسب و کار و کارآفرینی و داشتن الگوی موفق کارآفرینی در بین اطرافیان با مقبولیت اجتماعی به ترتیب دارای اولویت اول تا چهارم بوده اند و سایر عوامل در رتبه های بعدی قرار گرفته اند. همچنین نتایج نشان داد نرخ ناسازگاری برای این تصمیم گیری ۰/۰۹ می باشد که نشان از اعتبار مدل است.

جدول ۴-۸ اولویت بندی معیارهای عوامل خانوادگی (عوامل بیرونی)

اولویت	وزن	معیار	ردیف
۲	۰/۱۸۷	حمایت و همکاری خانواده در امور کسب و کار	۱
۱	۰/۳۷۷	قدرت تصمیم گیری در خانواده	۲
۵	۰/۱۲۶	بعد خانوار	۳
۳	۰/۱۷۱	سطح تحصیلات و شغل	۴
۴	۰/۱۳۹	وضعیت مالی خانواده	۵
۰/۰۶		نرخ ناسازگاری	

بر اساس نتایج جدول ۴-۸ از میان ۵ معیار عوامل خانوادگی معیارهای قدرت تصمیم گیری در خانواده، حمایت و همکاری خانواده در امور کسب و کار، سطح تحصیلات و شغل، وضعیت مالی خانواده و بعد خانوار به ترتیب دارای اولویت اول تا پنجم بوده اند و سایر عوامل در رتبه های بعدی قرار گرفته اند. همچنین نتایج نشان داد نرخ ناسازگاری برای این تصمیم گیری ۰/۰۶ می باشد که نشان از اعتبار مدل است.

جدول ۴-۹ اولویت بندی معیارهای عوامل نهادی - قانونی (عوامل بیرونی)

اولویت	وزن	معیار	ردیف
۳	۰/۲۰۶	حمایت نهادهای دولتی	۱
۱	۰/۴۶۳	وجود قوانین و اجرای سیاست های حمایتی از کارآفرینان	۲
۲	۰/۳۳۱	وجود سازمان های متولی خاص کارآفرینان کشاورزی	۳
۰/۰۴		نرخ ناسازگاری	

بر اساس نتایج جدول ۴-۹ از میان ۳ معیار عوامل نهادی - قانونی معیارهای وجود قوانین و اجرای سیاست های حمایتی از کارآفرینان، وجود سازمان های متولی خاص کارآفرینان کشاورزی و حمایت نهادهای دولتی به ترتیب دارای اولویت اول تا سوم بوده اند. همچنین نتایج نشان داد نرخ ناسازگاری برای این تصمیم گیری ۰/۰۴ می باشد که نشان از اعتبار مدل است.

جدول ۴-۱۰ اولویت بندی معیارهای عوامل زیر ساختی - محیطی (عوامل بیرونی)

اولویت	وزن	معیار	ردیف
۱	۰/۲۵۱	وجود شبکه حمل و نقل مناسب (جاده و راه های ارتباطی)	۱
۸	۰/۰۴۹	وجود مراکز رشد روستایی-کشاورزی	۲
۶	۰/۰۵۶	وجود صنایع کشاورزی-انبار - بسته بندی	۳
۷	۰/۰۵۰	وجود بازار متمرکز برای عرضه محصولات	۴
۵	۰/۱۰۳	قابلیت های طبیعی	۵
۳	۰/۱۶۴	بهبود زیرساخت های مناسب در مناطق کشاورزی، آب ، برق و گاز، مخابرات و پست بانک و ...	۶
۴	۰/۱۳۳	نیروی انسانی ماهر و با تجربه	۷
۲	۰/۱۹۴	امکان استفاده از سرمایه گذاران برای ایجاد کسب و کارهای جدید کشاورزی	۸
۰/۰۶		نرخ ناسازگاری	

بر اساس نتایج جدول ۴-۱۰ از میان ۸ معیار عوامل زیر ساختی - محیطی معیارهای وجود شبکه حمل و نقل مناسب (جاده و راه های ارتباطی)، امکان استفاده از سرمایه گذاران برای ایجاد کسب و کارهای جدید

کشاورزی، بهبود زیرساخت های مناسب در مناطق کشاورزی، آب، برق و گاز، مخابرات و پست بانک و ... و نیروی انسانی ماهر و با تجربه به ترتیب دارای اولویت اول تا چهارم بوده اند و سایر عوامل در رتبه های بعدی قرار گرفته اند. همچنین نتایج نشان داد نرخ ناسازگاری برای این تصمیم گیری ۰/۰۶ می باشد که نشان از اعتبار مدل است.

جدول ۴-۱۱ اولویت بندی معیارهای عوامل فنی (عوامل بیرونی)

ردیف	معیار	وزن	اولویت
۱	داشتن مهارت های فنی جهت تولید و فرآوری محصولات	۰/۱۹۳	۳
۲	مهارت کافی در زمینه استفاده از ابزار آلات و فناوری های موجود از قبیل رایانه و اینترنت	۰/۰۸۶	۵
۳	مهارت کافی در مورد چگونگی راه اندازی طرح تولیدی	۰/۱۴۹	۴
۴	دسترسی به فناوری های نوین	۰/۲۱۹	۲
۵	دسترسی به متخصصان و مشاوران فنی	۰/۳۵۳	۱
	نرخ ناسازگاری	۰/۰۶	

بر اساس نتایج جدول ۴-۱۱ از میان ۵ معیار عوامل فنی معیارهای دسترسی به متخصصان و مشاوران فنی، دسترسی به فناوری های نوین، داشتن مهارت های فنی جهت تولید و فرآوری محصولات، مهارت کافی در مورد چگونگی راه اندازی طرح تولیدی، مهارت کافی در مورد چگونگی راه اندازی طرح تولیدی و مهارت کافی در زمینه استفاده از ابزار آلات و فناوری های موجود از قبیل رایانه و اینترنت به ترتیب دارای اولویت اول تا پنجم بوده اند. همچنین نتایج نشان داد نرخ ناسازگاری برای این تصمیم گیری ۰/۰۶ می باشد که نشان از اعتبار مدل است.

جدول ۴-۱۲ اولویت بندی معیارهای عوامل اخلاقی (عوامل بیرونی)

ردیف	معیار	وزن	اولویت
۱	تولید محصول سالم	۰/۲۳۶	۴

۲	۰/۲۴۹	سازگاری با آداب و رسوم اجتماعی و هنجارهای اخلاقی	۲
۱	۰/۲۷۸	به رسمیت شناختن اخلاقیات فراتر از قانون	۳
۳	۰/۲۳۸	جلوگیری از ائتلاف محصول در مراحل برداشت، انبار و بسته بندی	۴
۰/۰۳		نرخ ناسازگاری	

بر اساس نتایج جدول ۴-۱۲ از میان ۴ معیار عوامل اخلاقی معیارهای به رسمیت شناختن اخلاقیات فراتر از قانون، سازگاری با آداب و رسوم اجتماعی و هنجارهای اخلاقی، جلوگیری از ائتلاف محصول در مراحل برداشت، انبار و بسته بندی و تولید محصول سالم به ترتیب دارای اولویت اول تا چهارم بوده اند. همچنین نتایج نشان داد نرخ ناسازگاری برای این تصمیم‌گیری ۰/۰۳ می‌باشد که نشان از اعتبار مدل است.

جدول ۴-۱۳ اولویت‌بندی معیارهای زیست محیطی (عوامل بیرونی)

اولویت	وزن	معیار	ردیف
۵	۰/۱۱۲	محافظت از تنوع زیستی	۱
۴	۰/۱۲۸	نگرانی نسبت به مشکلات اخلاقی و محیط زیستی	۲
۱	۰/۳۵۴	صرفه جویی در مصرف آب در روند فعالیت‌ها	۳
۳	۰/۱۸۵	عدم استفاده از کودهای مضر در روند فعالیت‌ها	۴
۲	۰/۲۲۲	عدم استفاده بیش از از سموم شیمیایی	۵
۰/۰۵		نرخ ناسازگاری	

بر اساس نتایج جدول ۴-۱۳ از میان ۵ معیار عوامل زیست محیطی معیارهای صرفه جویی در مصرف آب در روند فعالیت‌ها، عدم استفاده بیش از از سموم شیمیایی، عدم استفاده از کودهای مضر در روند فعالیت‌ها، نگرانی نسبت به مشکلات اخلاقی و محیط زیستی و محافظت از تنوع زیستی به ترتیب دارای اولویت اول تا پنجم بوده اند. همچنین نتایج نشان داد نرخ ناسازگاری برای این تصمیم‌گیری ۰/۰۵ می‌باشد که نشان از اعتبار مدل است.

در مرحله بعد به منظور بررسی همه جانبه و برنامه‌ریزی استراتژیک برای توسعه کارآفرینی کشاورزی از تکنیک سوات^{۵۳} استفاده شده است. این تکنیک به عنوان یکی از مناسب‌ترین فنون برنامه‌ریزی و تجزیه و تحلیل راهبردی، برای تحلیل عملکردها و برنامه‌ریزی استراتژیک مورد استفاده قرار می‌گیرد. در مدل سوات ابتدا عوامل درونی و بیرونی بررسی شدند. قوت‌ها و ضعف‌ها به عنوان عوامل داخلی و فرصت‌ها و چالش‌ها، عوامل بیرونی هستند.

پس از بررسی و تعیین عوامل داخلی، خبرگان به هر یک از عوامل وزن‌هایی از صفر (بی‌اهمیت) تا یک (بسیار مهم) داده و همچنین به هر یک از عوامل، رتبه‌هایی (ضریب اهمیت) از یک الی چهار داده‌اند. بدین ترتیب که عدد ۴ به معنی واکنش بسیار عالی، عدد ۳ واکنش از حد متوسط بالاتر، عدد ۲ واکنش در حد متوسط و عدد ۱ واکنش ضعیف می‌باشد. سپس وزن هر عامل را در رتبه مربوط به آن ضرب کرده تا نمره محاسبه شود. در ماتریس ارزیابی عوامل داخلی، صرف‌نظر از تعداد عواملی که موجب قوت یا ضعف می‌شوند، هیچ وقت نمره‌ای بیش از ۴ و هیچ وقت کمتر از ۱ نخواهد شد. لازم به ذکر است درک عواملی که در ماتریس ارزیابی عوامل داخلی به کار می‌روند، بسیار بااهمیت‌تر از وزن یا نمره‌ای است که به این عوامل می‌دهند و بدین‌صورت قوت‌ها و ضعف‌ها مشخص می‌شوند. برای تعیین نمره عوامل خارجی مانند عوامل داخلی عمل می‌شود. همچنین در این مطالعه، به منظور برنامه‌ریزی استراتژیک و تحلیل سوات، ابتدا ماتریس عوامل داخلی و خارجی تشکیل شده و سپس استراتژی‌های مناسب جهت توسعه مهارت‌های کارآفرینی کشاورزی، ارائه و رتبه‌بندی شده‌اند و نتایج در ادامه بیان شده است.

۴-۵- ماتریس عوامل داخلی و خارجی

در جدول ۴-۱۴ و ۴-۱۵ نتایج ارزیابی عوامل داخلی و خارجی توسط خبرگان ارائه گردیده است.

جدول ۴-۱۴- نتایج ارزیابی ماتریس عوامل داخلی

⁵³. SWOT

نمره	ضریب اهمیت	وزن	قوت‌ها	
0.125095	4	0.031274	اعتبارات اختصاص یافته به شرکت های دانش بنیان در زمینه تحقیقات و کاربرد	S1
0.086244	3	0.028748	توسعه تکنولوژیکی کشاورزی	S2
0.079336	3	0.026445	مشارکت سرمایه گذاران، خانواده و دوستان در کسب و کارهای کارآفرینانه	S3
0.079782	3	0.026594	جلوگیری از اتلاف محصول در مراحل مختلف تولید و توزیع	S4
0.105781	4	0.026445	برگزاری دوره های آموزشی	S5
0.105113	4	0.026278	تلاش برای توسعه روستا و بخش کشاورزی	S6
0.068639	3	0.02288	بررسی عملکرد مرکز رشد و شتابدهنده های موجود کشاورزی	S7
0.100136	4	0.025034	پذیرش فناوری	S8
0.11113	4	0.027782	استفاده از مواد اولیه بومی	S9
0.102216	4	0.025554	استفاده از نیروی انسانی بومی	S10
0.094267	3	0.031422	توجه به اشتغالزایی در منطقه	S11
نمره	ضریب اهمیت	وزن	ضعف‌ها	
0.021691	2	0.010846	عدم آشنایی کارشناسان و کشاورزان با پتانسیل های مناطق کشاورزی	W1
0.053633	2	0.026817	ضعف خدمات زیربنایی	W2
0.033428	1	0.033428	عدم آشنایی با تکنولوژی	W3
0.049771	2	0.024885	مشکلات بازاریابی	W4
0.056753	2	0.028377	ضعف مالی کشاورزان	W5
0.057348	2	0.028674	عدم سودآوری مناسب اغلب محصولات کشاورزی و درآمد پائین کشاورزان	W6
0.020725	1	0.020725	خرد بودن زمین های زراعی	W7
0.056902	2	0.028451	کمبود آب	W8
0.028451	1	0.028451	ضعف مدیریت	W9

0.025702	1	0.025702	مهاجرت های روستاییان	W10
0.059428	2	0.029714	عدم اطلاع از نیازها و کمبودهای بازار و منطقه	W11
0.055268	2	0.027634	عدم توانایی رقابت با سایر رقبا	W12
0.046799	2	0.0234	عدم توانایی بهره گیری از فرصت ها	W13
0.029714	1	0.029714	عدم تجاری سازی ایده ها	W14
0.055862	2	0.027931	ضعف اطلاعاتی کشاورزان	W15
0.061359	2	0.03068	کمبود سرمایه در میان کشاورزان	W16
0.042936	2	0.021468	ضعف امکانات برای عرضه و فروش محصولات بدون واسطه	W17
0.056902	2	0.028451	ریسک گریز بودن صاحبان کسب و کارهای کشاورزی	W18
0.02704	1	0.02704	فعالیت محدود صاحبان کسب و کارهای کشاورزی	W19
0.026371	1	0.026371	کمبود و فرسوده شدن امکانات فیزیکی	W20
0.059428	2	0.029714	عدم وجود تشکل ها و انجمن های حوزه کسب و کارهای کشاورزی	W21
0.027634	1	0.027634	سطح پایین دانش و آگاهی	W22
0.052742	2	0.026371	عدم فرهنگ سازی مناسب	W23
0.062399	2	0.0312	عدم دریافت به موقع تسهیلات	W24
0.027188	1	0.027188	عدم تغییر نگرش و علاقه به تولید غذای سالم	W25
2.214571		1	جمع نمرات	

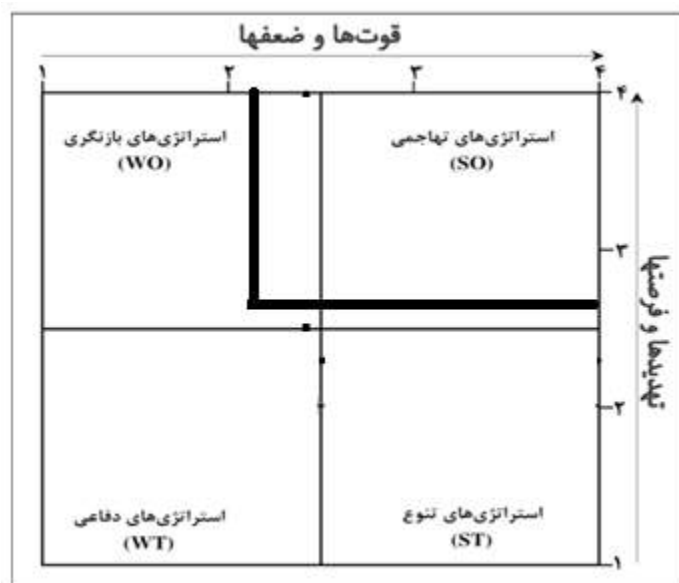
جدول ۴-۱۵- نتایج ارزیابی ماتریس عوامل خارجی

نمره	ضریب اهمیت	وزن	فرصت ها	
0.126319	4	0.031579667	توسعه فناوری در همه بخش های اقتصادی	O1
0.164345	4	0.041086245	رشد تحصیلات در کشور	O2
0.113054	3	0.037684673	توسعه مالی و توسعه اقتصادی	O3
0.110603	3	0.036867701	انعطاف پذیری قوانین بازار کار	O4
0.122457	3	0.040818873	رشد و تراکم جمعیت	O5

0.137296	3	0.045765265	توجه به نقش آموزش در توسعه فرهنگ کارآفرینی	O6
0.142064	4	0.035515984	تامین زیرساختهای فناوری اطلاعات و ارتباطات	O7
0.192568	4	0.048141909	مشوق های قانونی	O8
0.140727	3	0.046909025	آموزش عمومی، فرهنگی و ترویجی برای کارآفرینی و خود اشتغال در جامعه	O9
0.154601	4	0.038650185	توسعه شرکت های دانش بنیان	O10
0.167019	4	0.041754677	توسعه پارک علم و فناوری و مراکز رشد	O11
0.181457	4	0.045364206	میزان دسترسی به نیروی کار ماهر و نیمه ماهر در جامعه	O12
نمره	ضریب اهمیت	وزن	تهدیدها	
0.079647	2	0.039823653	پائین بودن احساس امنیت اقتصادی	T1
0.062803	2	0.031401418	غلبه مشاغل کاذب	T2
0.056356	2	0.028178094	ضعف ساختار اداری	T3
0.066546	2	0.033273026	ضعف قوانین و مقررات و بی ثباتی آن ها	T4
0.031817	1	0.031817331	شکاف درآمدی در مناطق روستایی و کشاورزی	T5
0.02849	1	0.028490028	شرایط نابرابر رقابت در بازار یا سایر حوزه ها	T6
0.060931	2	0.030465614	نگرانی نسبت به تاثیرات منطقه ای و اجتماعی	T7
0.073201	2	0.036600329	تغییرات اقلیمی	T8
0.060931	2	0.030465614	تحریم ها و محدودیت ها	T9
0.035665	1	0.035664525	عدم وجود راهبردهای مدون و اجرایی توسعه کارآفرینی در برنامه های دولت	T10
0.081311	2	0.040655479	ضعف حمایت مالی	T11
0.036912	1	0.036912263	عدم همکاری سازمان های مربوطه	T12
0.070913	2	0.035456568	کاستی های نظام حمل و نقل	T13
0.067586	2	0.033792917	عدم زیرساخت های کافی	T14
0.036808	1	0.036808285	عدم ثبات اقتصاد کلان	T15
2.602426	۱		جمع نمرات	

بر طبق مبانی تئوری، اگر مجموع نمرات ماتریس عوامل داخلی کمتر از ۲/۵ شود؛ به این معنی است که بخش کشاورزی از نظر عوامل داخلی در پرورش مهارت‌های کارآفرینی و حرفه‌ای دانشجویان دارای ضعف و اگر بیشتر از ۲/۵ باشد، دارای قوت است. اگر مجموع نمرات ماتریس عوامل خارجی کمتر از ۲/۵ شود؛ به این معنی است که آموزش عالی از نظر عوامل خارجی در پرورش مهارت‌های کارآفرینی دانشجویان دارای تهدید و اگر بیش از ۲/۵ باشد، دارای فرصت است.

پس از بررسی عوامل داخلی و خارجی و نمره‌دهی به آن‌ها، با استفاده از تکنیک سوات اقدام به انتخاب بهترین استراتژی شده است. ماتریس سوات با استفاده از مقایسه اطلاعات به دست‌اندرکاران کمک کرده تا یکی از چهار نوع استراتژی؛ ۱- تهاجمی (SO): استفاده از نقاط قوت داخلی به منظور گسترش فرصت‌ها خارجی، ۲- استراتژی بازنگری (WO): بهبود نقاط ضعف داخلی با استفاده از فرصت خارجی، ۳- استراتژی اقتضایی (ST): استفاده از نقاط قوت داخلی برای اجتناب از چالش‌های خارجی و ۴- استراتژی تدافعی (WT): حداقل کردن نقاط ضعف داخلی و اجتناب از چالش‌های خارجی؛ را توسعه دهند (Baghizadeh et al. 2019).



شکل ۴-۲. ماتریس سوات و تعیین نوع استراتژی‌ها

در این مطالعه مجموع نمرات ماتریس عوامل داخلی و خارجی به ترتیب ۲/۲۱۴ و ۲/۶۰۲ محاسبه شدند که بر اساس نمودار سوات، استراتژی‌های مناسب پرورش مهارت‌های کارآفرینانه در دانشجویان بیوتکنولوژی، استراتژی‌های اقتضایی (رقابتی) هستند. در این حالت لازم است با استفاده از نقاط قوت داخلی برای اجتناب از چالش‌های خارجی اقدام شود.

جدول ۴-۱۶- استراتژی‌های مناسب جهت پرورش مهارت‌های کارآفرینی در دانشجویان بیوتکنولوژی و اولویت‌بندی آن‌ها را بر اساس روش تحلیل سلسله مراتبی و ماتریس مقایسات زوجی توسط خبرگان را نشان می‌دهد.

جدول ۴-۱۶- اولویت‌بندی استراتژی‌های مناسب توسعه مهارت‌های کارآفرینی کشاورزی

رتبه	وزن	استراتژی
۱	۱/۰۵۸	اصلاح قوانین برای تسهیل کارآفرینی
۰	۰	
۱	۱/۱۴۶	توسعه دانش و مهارت‌های کارآفرینی
۰	۰	
۵	۱/۱۰۱	تسهیل سرمایه‌گذاری در مراحل اولیه راه‌اندازی کسب و کار
۰	۰	
۴	۱/۱۱۲	تجدید نظر و بازنگری در ساختار آموزش عالی
۰	۰	
۸	۱/۰۶۷	ترویج و توسعه فرهنگ راه‌اندازی کسب و کارهای نوپا در بخش کشاورزی
۰	۰	
۹	۱/۰۶۱	تقویت روحیه کارآفرینی، ایجاد نگرش مثبت و ترویج و توسعه فرهنگ کارآفرینی
۰	۰	
۳	۱/۱۲۳	مشاوره با افراد متخصص و با تجربه
۰	۰	
۲	۱/۱۴۰	همکاری بخش‌های دولتی و خصوصی در تامین مالی کسب و کارهای نو
۰	۰	پا

۶	۰/۱۰۰	تامین زیرساخت های فنی، حقوقی و مالیاتی برای کارآفرینان و شرکت های دانش بنیان کشاورزی
۷	۰/۰۹۰	تقویت مهارت های رهبری و مدیریتی و ارتباطی
۰/۰۸		نرخ ناسازگاری

۴-۶ - جمع بندی

با توجه به اهمیت اشتغال نیروی انسانی در توسعه کشور و دستیابی به رشد و توسعه اقتصادی با تکیه بر کاهش بیکاری، اشتغال‌زایی در بخش کشاورزی دارای جایگاهی ویژه است. به همین دلیل مطالعه کارآفرینی کشاورزی به منظور اشتغال‌زایی و کاهش مهاجرت‌ها در بخش کشاورزی ضروری است. بنابراین در این مطالعه عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی و کسب و کارهای کشاورزی توسط خبرگان با استفاده از تحلیل سلسله مراتبی و ماتریس مقایسات زوجی مورد بررسی قرار گرفت.

توسعه کارآفرینی کشاورزی در برگیرنده دو دسته عوامل اصلی درونی و بیرونی است. کارآفرینی کشاورزی ترکیبی از ابعاد مختلف در تمام سطوح بین‌المللی، ملی، منطقه‌ای و محلی و در بین رشته‌های مختلفی مثل کشاورزی، علوم سیاسی، اقتصاد و اکولوژی است. این ابعاد به یکدیگر وابسته و یکدیگر را تحت تاثیر قرار می‌دهند.

فصل پنجم

بحث، نتیجه گیری و پیشنهادها

۵-۱- مقدمه

ایجاد کار آفرینی در بین کشاورزان به عنوان راهکاری جدید در نظریه توسعه جهت ظرفیت سازی کشاورزان در مناطق روستایی مطرح گشته است که برای کنترل تغییرات در جهت اصلاح و بهبود نظام ترویج کشاورزی نیز امری ضروری است. همچنین، تقویت ظرفیت بخش تحقیق، توسعه و کشاورزان برای دسترسی بهتر به اطلاعات بازار و تکنیکی برای بهبود فرآیند تصمیم گیری کشاورزان با هدف ایجاد روحیه و فرهنگ کارآفرینانه در میان جوامع روستایی ضروری و اجتناب ناپذیر می باشد.

۵-۲- بحث

بدون شک سرمایه گذاری یکی از ابزارهای مهم و تاثیرگذار در رشد و توسعه اقتصاد است. بر همین اساس، سرمایه گذاری همواره به عنوان یکی از عوامل اساسی در توسعه اقتصادی جوامع مطرح بوده و در راستای دستیابی به یک اقتصاد توسعه یافته همواره در کانون توجه سیاست گذاران اقتصادی قرار گرفته است. بطور کلی عوامل زیادی بر روند سرمایه گذاری اثرگذارند که در این بین محیط نهادی فضای کسب و کار از اهمیت ویژه ای برخوردار است و ضعف در این بخش از موانع مهم سرمایه گذاری در کشورهای درحال توسعه به شمار می آید. لذا، بهبود فضای کسب و کار گامی مثبت و اساسی در جهت تقویت جنبه مشارکت بخش خصوصی در عرصه اقتصاد محسوب می شود. در نتیجه توجه به بهبود فضای کسب و کار امری است ضروری که می تواند با گسترش جلب سرمایه گذاری زمینه را برای رشد اقتصادی فراهم آورد. کشورها در سراسر جهان برای به دست آوردن سطوح بالاتری از رشد و توسعه، سیاست ها و ابزارهای گوناگونی به کار می برند. یکی از این ابزارها، تلاش در جهت گسترش ساختار تجاری به کمک ادغام بیشتر و شرکت در

فضای تجارت جهانی است، گسترش تجارت تحت تاثیر عوامل مختلفی است که به نظر می رسد فضای کسب و کار و کارآفرینی نیز جز این عوامل باشد.

سرمایه گذاری یک متغیر بسیار کلیدی اقتصاد است، بطوریکه هم در طرف تقاضا و هم در طرف عرضه اقتصاد و هم در پویایی رشد هر اقتصاد نقش برجسته ای ایفاء می کند. بنابراین تحلیل صحیح در اقتصاد کلان ملزم داشتن تحلیلی صحیح از سرمایه گذاری است تجربه بسیاری از کشورها نیز بیانگر این واقعیت است که سرمایه گذاری و فعالیت های تولیدی قلب تپنده اقتصاد و عامل اصلی در دستیابی به رشد و توسعه پایدار است. سرمایه گذاری بخاطر در بر داشتن ریسک، استعداد بی ثباتی و نوسان را در درون خود دارد. از آنجا که تغییرات ریسک پیش بینی شده با تغییرات در محاسبات ریسک آینده به نوسانات سرمایه گذاری منجر می شود، بنگاه ها درصدد هستند تا ریسک را کاهش داده و پوشش دهند. سرمایه گذار با مناسب تشخیص دادن فضای کسب و کار و همچنین داشتن یک چشم انداز مناسب و روشنی انتظارات بازدهی و سود، راغب به سرمایه گذاری می شود البته باید شرایط اقتصادی را به گونه ای فراهم کرد که هزینه های ریسک و اطمینانی مربوط به سرمایه گذاری را کاهش داد و با ایجاد نهادهای حقوقی، قانونی و اقتصادی حمایت کننده از سرمایه گذاری، سرمایه گذار را به سمت فعالیت های مولد سوق داد. از این رو یکی از عوامل مهم در کاهش ریسک و عملکرد بهتر سرمایه گذاری وجود فضای نهادی مناسب کسب و کار است. بهبود فضای کسب و کار و رابطه آن با توسعه اقتصادی از اوایل دهه ۱۹۸۰ میلادی و در پی مطالعات هرناندو دسوتو، اقتصاددان پرویی مورد مطالعه قرار گرفت. دسوتو معتقد است که بهبود فضای کسب و کار یکی از مهمترین و اصلی ترین راههای ایجاد توسعه حتی با تکیه بر سرمایه های کوچک است و مقررات ساده تر و کمتر از جانب دولت و انکا بیشتر بر حکومت قانون می تواند شرایط را برای سرمایه گذاری فراهم سازد. منظور از محیط کسب و کار، عوامل موثر بر عملکرد بنگاههای اقتصادی است که مدیران با مالکان بنگاهها نمی توانند آنها را تغییر داده با بهبود بخشند. به عبارتی دیگر محیط کسب و کار مجموعه ای از سیاست ها، شرایط حقوقی، نهادی و مقرراتی است که بر فعالیت های کسب و کار حاکم اند. امروزه نیز با جهانی شدن

اقتصاد و گسترش پیوندهای اقتصادی کشورها با یکدیگر، آمارها، داده ها و شاخص های مقایسه ای بین کشوری اهمیتی بیش از پیش یافته است. از این رو یکی از مهمترین متغیرهایی که می تواند بر سرمایه گذاری اثرگذار باشد مناسب بودن محیط نهادی کسب و کار است. فعالیتهای اقتصادی و جذب سرمایه گذار مستلزم وجود قوانین و مقررات مناسب و موثر است. منظور قوانینی است که بتوانند هزینه ها را کاهش داده و همچنین حقوق مالکیت را ایجاد کنند. سرمایه گذاری در خلاء انجام نمی شود و مستلزم فراهم بودن محیط نهادی مناسب و امنیت بخش کسب و کار، در کشورها است. اصلاح قوانین و مقررات فضای کسب و کار منجر به بهبود محیط کسب و کار شده و موجب رشد سرمایه گذاری می شود.

کارآفرینی به عنوان یکی از عوامل رونق اقتصادی و محرک اصلی رشد اقتصادهای نوظهور شناخته شده است. بنابراین وسیله مناسبی برای کاهش فقر در کشورهای در حال توسعه محسوب می شود. برای دستیابی به یک رشد پایدار و طولانی مدت باید توسعه مشاغل کوچک به شیوه ای کارآفرینانه باشد. در بازارهای نامشخص و آشفته امروز با وجود پیچیدگی و چالش های ناامنی غذایی، فقر، نابرابری، تخریب زیست محیطی تغییرات آب و هوایی، اهمیت حمایت از انعطاف پذیری سیستم های کشاورزی و غذایی در علم، سیاست و برای جامعه مدنی هم در سراسر جهان اهمیت زیادی دارد.

در عصر کنونی، توسعه روستایی و توسعه کشاورزی جایگاه ویژه ای در تداوم حیات اقتصادی ملتها دارد و به ویژه در کشورهای غیر صنعتی، محور برنامه های توسعه اقتصاد ملی به شمار می رود. امروزه تردیدی وجود ندارد که توسعه کشاورزی و روستایی به عنوان یکی از اولویت ها و البته چالش های مهم برنامه های کلان توسعه به ویژه در کشورهای غیر صنعتی دنیا، به چیزی فراتر از یک استراتژی ساده نیازمند است، چنانکه دستیابی به آن تنها در صورت برنامه ریزی دقیق نظام مند و از طریق عملکرد شایسته یک نظام کارآمد و کثرت گرا امکان پذیر خواهد بود. مشکلات کمبود درآمد روستاییان و کشاورزان و به دنبال آن عواقب و پیامدهای اجتماعی، فرهنگی و سیاسی و ناشی از آن را نمی توان تنها با انتقال دانش فنی و فناوری ها و نیز انتقال سرمایه های مادی به مناطق کشاورزی و یا روستایی، حل شده پنداشت، بلکه عنصر مهم

تری که بایستی مورد توجه سیاست گذاران و کارشناسان توسعه قرار گیرد، تأکید بر توسعه کسب و کارهای کوچک کشاورزی و روستایی به ویژه کسب و کارهای خانگی و فراهم ساختن بسترهای توسعه کارآفرینی کشاورزی برای رشد و توسعه آنها می باشد. بالا بودن نرخ رشد بیکاری پنهان و آشکار در جامعه روستایی در مقایسه با جامعه شهری از یک طرف و عدم امکان سرمایه گذاری گسترده برای توسعه صنایع بزرگ از طرف دیگر، دولت مردان را به گسترش کسب و کارهای کوچک در جوامع روستایی که اغلب کشاورزی هستند وادار نموده است. افرادی که به استعدادهای خود اعتقاد زیادی دارند، غالباً تمایل دارند چیزهایی را ایجاد کنند که از خود آنها باشد. آنها خواهان مستولیت، نیاز شدید به مطرح کردن خود و آزادی بیشتر هستند هنگامی که آنها از چنین آزادی برخوردار نباشند و نیازهای آنان تأمین نشود، ناکام شده و ناکامی باعث می شود که بهره وری فرد کاهش یافته و حتی فرد ممکن است سرخورده شده و به دنبال کار مفید نباشد.

کارآفرینی کشاورزان که یک کلید و ابزار اصلی برای بروز نوآوری است می تواند منجر به تقویت ترویج کشاورزی تقاضامحور گردد. اگر بخش ترویج کشاورزی بخواهد تعقیب کننده فرآیند توسعه پایدار باشد و به ایجاد بازارهای جدید بیندیشد، می تواند از طریق فرآیندی به نام کارآفرینی، کشاورزان را با تسریع نوآوری ها برای غلبه بر مشکلات رایج استفاده نمایند.

اغلب کارآفرینان کشاورزی که مورد حمایت قرار نمی گیرند با تشویق و حمایت سرمایه گذاران مخاطره پذیر از دور اقتصادی خارج شده و تصمیم به انفعال یا خروج از بازار اقتصادی می گیرند. برای جلوگیری از بروز چنین مشکلاتی و حفظ منابع انسانی توانمند و خلاق، شیوه هایی برای ترویج روحیه کارآفرینی که می تواند مزیت رقابتی بسیار ارزشمندی داشته باشد مورد نظر است.

روحیه کار آفرینی که یکی از مهم ترین عوامل توسعه کارآفرینی و کارآفرینی کشاورزی محسوب می شود، را می توان داشتن نیت برای ایجاد کسب و کار تعریف نمود که در افزایش توانمندی روستاییان برای ایجاد و توسعه محصولات و بازار تأثیر دارد. در این میان، از ویژگی های مورد توافق و مشترک در مطالعات اکثریت

محققان در سنجش روحیه کارآفرینی توفیق طلبی، ریسک پذیری، استقلال طلبی، نوآوری و درک و شناسایی فرصت های موجود و پیش رو فرصت طلبی می باشند. عامل ریسک پذیری مشتمل بر ویژگی است که فرد برای انجام کاری با پذیرش مسئولیتی اعلام آمادگی می کند که احتمال شکست در آن وجود دارد. کارآفرینان اعتدال در خطرپذیری را رعایت می کنند، کاری را انجام می دهند که علاوه بر چالش برانگیز بودن، نه خیلی سهل الوصول و نه غیر ممکن باشد. عنصر کلیدی برای مدیریت موفق کشاورزی و کارآفرینی، ریسک پذیری معقول است. شناخت ریسک های معقول نیز نیاز به درک بهتر کشاورزان از منابع و همچنین شانس وقوع و پیامدهای اجرای آن کسب و کار دارد. کارآفرینان به دلیل تمایل به نتیجه با انگیزه، کار را برای حسن انجام و نه به خاطر پاداش انجام می دهند. همچنین، این افراد به دلیل آگاهی از شرایط مخاطره آمیز در حوزه فعالیت خود در مواجهه با ابهامات دست به خلاقیت می زنند و قدرت تحمل ابهام آنها بیشتر از سایر افراد است. تعبیر از عامل استقلال طلبی، تفکر مستقل می باشد که در این رابطه گفته شده کارآفرینان افرادی هستند که می خواهند کار را به شیوه خود انجام دهند و کار کردن با دیگران برایشان مشکل است. توفیق طلبی مولفه دیگری است که بیانگر تمایل به ارزیابی عملکرد با تاکید بر استانداردهای متعالی، تلاش به منظور بهبود عملکرد و برخورداری از لذتی که با پیشرفت در کار همراه است. فرصت طلبی به تعبیری جست و جوی فرصت ها و سپس جست و جوی منابع مورد نیاز است. کارآفرینی کشاورزان عامل تاثیر گذار بر بازار و فعالیت های بازاریابی به شمار می آید. تا جایی که برخی صاحب نظران شرایط اقتصادی را زمینه ساز کارآفرینی بر می شمارند و معتقدند که در عین حال، کارآفرینی نیز نیروی اصلی توسعه اقتصادی و توسعه خوداشتغالی در بین روستاییان است و تغییر و نوآوری، رشد و تولید خدمات را به همراه دارد.

به منظور تسریع در توسعه کشاورزی، بر کشاورزی مبتنی بر بازار تاکید کرده اند که قویا تحت تاثیر نیروهای بازار است و برای آنکه کشاورز موفق عمل کند بایستی خلاق، نوآور و فرصت شناس بوده و به عبارتی دیگر باید کار آفرین باشد و نه فقط اجرا کننده سیاست های دولت. نظام نوآورانه بازار محور می تواند به عنوان

شبکه ای از سازمان ها و کسب و کار و افراد درگیر در ارایه محصولات، خدمات و فرآیندهای جدید تعریف شود بازیگران کلیدی این نظام، کشاورزان کارآفرینی هستند که با موفقیت تعیین کرده اند که چه محصولات خدمات، تکنولوژی ها و سیستم های بازاریابی در عرضه محصولات مختلف با ارزش برای بازارهای در حال رشد سودآورتر هستند. اهداف استراتژیکی کلیدی در طرح کارآفرینی کشاورز محور شامل دستیابی به اطلاعات بازار، بهبود مکانیسم بازار ایجاد انگیزه برای کشاورز به ویژه از طریق مشارکت او در فعالیت ها و مراحل مختلف، تحقیقات سر مزرعه و برنامه های آموزشی می باشد. کشاورز با روحیه کارآفرینی تمایل به یادگیری بیشتر و بهتری دارد، (یادگیری از طریق عمل) به طوری که با داشتن روحیه نوآوری و خلاقیت از طریق تعامل و فعالیت های یادگیری کشاورز محور تمایل به برقراری ارتباطات بهتر با دیگر کشاورزان و همچنین، سایر کنشگران دارد، از جمله تاثیرات کارآفرینی، بعد اقتصادی و تجاری سازی کشاورزی است. کارآفرینی یک قابلیت اساسی است که کشاورزان را قادر می سازد تا فرصت های کسب و کار را ببینند و به تهدیدهای اقتصادی و اجتماعی پاسخ دهند و منابع درآمد خود را تنوع بخشند تا بتوانند سبک زندگی روستایی را در گذر زمان حفظ کنند. کارآفرینان علاوه بر سود شخصی، باید در تلاش برای سودرسانی مادی و غیرمادی برای جامعه خود باشند. استفاده از مزایایی مانند منحصر به فرد بودن نو آوری، مشتریان وفادار و فعال، سرمایه گذاران متعدد و شبکه اجتماعی مناسب همگی تأثیر مثبتی بر رشد حجم معاملات کسب و کار نوپا دارند. برای رشد حجم معاملات مالی، منحصر به فرد بودن نو آوری و سرمایه اولیه از اهمیت بیشتری برخوردار بودند، همچنین، رابطه مثبتی بین رشد اشتغال و استفاده از مشاوران بیرونی و میزان سرمایه، سرمایه گذاران وجود داشته است.

با وجود اهمیت و قابلیت های فراوان بخش کشاورزی کشور از نظر تنوع اقلیمی، وجود منابع و ذخایر غنی، امکان ایجاد اشتغال مولد کم هزینه و زودبازده و وجود مزیت نسبی در تولید و صدور محصولات، مهم این بخش در اشتغال کشور روز به روز در حال کاهش است. وجود انواع مخاطرات طبیعی و غیرطبیعی فعالیت های کشاورزی باعث شده تولید کنندگان محصولات کشاورزی با شرایط نامطمئنی رو به رو باشند و در

نتیجه درآمد آن‌ها از تولیدات کشاورزی با بی‌ثباتی همراه باشد. دامنه‌ای گسترده از ریسک‌ها در درآمد بدست آمده از تولیدات کشاورزی تأثیرگذار است. از جمله این ریسک‌ها می‌توان به ریسک تولید، قیمت یا بازار، ریسک مالی و ریسک انسانی اشاره کرد. نقش و اهمیت هر یک از این منابع ریسک در هر منطقه با توجه به شرایط زمانی و مکانی و سیاست‌های دولت متفاوت است. بازار مالی کشاورزی به سبب نقشی موثر که در تأمین منابع مالی و سرمایه مورد نیاز برای سرمایه‌گذاری و توسعه بخش کشاورزی دارد، از اهمیتی در خور توجه برخوردار است. وجود یک بازار مالی کارآمد که نیازهای مالی کشاورزان را با هزینه مبادله نسبتاً پائینی تأمین کند، از جمله پیش‌نیازهای بنیادی توسعه بخش کشاورزی بشمار می‌رود. کشاورزان افرادی کم‌درآمد هستند که برای تأمین مالی خود نیاز به گرفتن وام دارند اما متأسفانه در فرایند گرفتن وام نیز با مشکلاتی رو به رو می‌باشند. پائین بودن نرخ بازده مورد انتظار سرمایه‌گذاری در بخش تولید نسبت به دیگر فرصت‌های سرمایه‌گذاری، پائین بودن قیمت محصولات کشاورزی نرخ تورم بالا سبب کاهش سرمایه‌گذاری می‌شود. استفاده از دانش و داده‌های فنی به وسیله کارشناسان ترویج می‌تواند نقشی کلیدی و مهم در بهبود کارایی و بهره‌برداری مناسب از عوامل تولید ایفا کند. ترویج از راه ارتقا سطح دانش و مهارت‌های کشاورزان در توسعه کشاورزی می‌تواند موثر باشد.

کارآفرینی پدیده‌ای فرابخشی و چندوجهی است به نحوی که از یک سو، به نحوی از یک سو متأثر از ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی می‌باشد و از سوی دیگر، بر این ابعاد تأثیر گذار است. از این رو، توسعه کارآفرینی در گرو توجه به موضوعات مختلف از زوایا و جنبه‌های متعدد می‌باشد. بسیاری از کارآفرینان در ایران با موانعی همچون دگرگونی سیاست‌های دولت به کارگیری سیاست‌های سلیقه‌ای، ناسالم بودن محیط کسب و کار، بی‌ثباتی مدیران و کارفرمایان دولتی، وجود قوانین نامناسب و غیرحمایتی، نبود اطمینان محیطی، نبود زیرساخت‌های تجاری، نبود حمایت اجتماعی و فرهنگی از کارآفرینی، نامناسب بودن بازار، بهره‌بلای وام‌های بانکی و ... رو به رو هستند که فضای نامساعد کسب و کار را پیش روی آنها قرار داده است. در کل، فضای اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی ایران سبب انگیزش افراد در راستای

کار آفرینی نیست. در نظام توسعه کارآفرینی در ایران رهیافت جامع نگر وجود ندارد و دادن مشوق های مالی مصرف برای ترویج کارآفرینی کافی نیست توسعه کارآفرینی به آمادگی زمینه ها و بستر های فرهنگی و اجتماعی، همکاری نظام های آموزشی و پژوهشی، ساختار های اداری و مالی و سایر ساز و کارهای حمایتی نیاز دارد. در نتیجه، توسعه کارآفرینی در کشور مستلزم نگاه نظام مند مسئولان به کار آفرینی است به طوری که به عوامل اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و مقررات مرتبط با کار آفرین به طور هم زمان توجه کنند و در تدوین سیاست های توسعه کار آفرینی همه ابعاد را در نظر بگیرند؛ بنابراین، توسعه کارآفرینی به شبکه ای از بسترها و زمینه ها یی نیاز دارد که این شبکه را می توان اکوسیستم کار آفرینی نامید. لذا اتخاذ رویکردهای مناسب برای دستیابی به توسعه اکوسیستم کار آفرینی در سطح ملی، منطقه ای و محلی اهمیت بسیاری دارد.

مطابق نظریه های سنتی اقتصاد رفاه و محیط زیست شکست بازار و شکست سیاستهای رشد گرایانه توسعه علت بروز ناپایداری های مختلف اقتصادی اجتماعی و زیست محیطی بوده البته با وجود این و برای ادبیات کارآفرینی این شکست منبع ایجاد فرصت هایی برای رسیدن به سودآوری و ریشه اصلی فعالیتهای کارآفرینانه ای است که به طور همزمان رفتارهای اقتصادی تخریب کننده محیط زیست را کاهش داده و موجب بهبود محیط زیست و تحقق اهداف اجتماعی خواهد شد. این فرصت ها شامل ایجاد کسب و کارهای پایدار با پایدار نمودن کسب و کارهای موجود، توسعه محصولات و خدمات جدید، پذیرش یا ایجاد فناوری های پایدار، ارتقای کارایی سازمان های موجود، روش های نوین بازاریابی و شکل دهی مجدد رویه ها و مدل های موجود کسب و کار و در واقع زمینه ظهور مدلی از کارآفرینی به نام کارآفرینی پایدار می باشند که پا را فراتر از موفقیت در بازار نهاده و بر ایجاد تغییرات اجتماعی، نهادی قانونی و وضعیت بازار تاکید می نماید و همزمان ارزش های اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی خلق می کند. در این چارچوب، توسعه پایدار کارآفرینی در بخش کشاورزی از طریق توانمندسازی ذی نفعان و ظرفیت سازی محیطی به ایجاد اشتغال مفید، پایدار و مولد، توسعه نوآوری های تاثیرگذار در عرصه اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی و افزایش

ثروت و رفاه منجر شده و دستیابی به توسعه پایدار کشاورزی را تسهیل می کند. توسعه کارآفرینی پایدار به طور عام و در بخش کشاورزی به طور خاص در گرو وجود زمینه مساعد است. رویکرد رفتاری و نظریه تلفیقی کارآفرینی مبین مؤلفه های متعدد زمینه سازی مساعد کارآفرینانه میباشند. طبق این نظریه، کارآفرینی فرایندی پیچیده، چندبعدی و پویاست که در آن بروز رفتار و فعالیتهای کارآفرینانه، شدیداً متأثر از عوامل متعدد محیطی است که در اسناد مختلف، در قالب مدل های چندبعدی معرفی شده اند.

توسعه کارآفرینی در کشور ضمن فراهم آوردن زمینه رشد و توسعه پایدار، مسائل و مشکلات جاری از جمله فقر، نابسامانی اجتماعی و فرهنگی، بیکاری دانش آموختگان دانشگاهی و معضل انبوه سایر بیکاران را مرتفع خواهد کرد. در واقع، کارآفرینی که به مفهوم کشف و بهره برداری از فرصت ها به منظور ارزش آفرینی در حوزه های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه است، پایه و اساس توسعه همه جانبه محسوب می شود. جوامع کشاورزی و روستایی نیز از قاعده چارچوب نظری نگاهی به روند توسعه در کشورهای توسعه یافته نشان می دهد که کارآفرینی ابزار کارآمدی برای کاهش چالش هایی مانند رشد روزافزون جمعیت، کمبود منابع و امکانات موجود و پیدایش نیازهای اجتماعی و اقتصادی جدید فرآروی کشورهای در حال توسعه به شمار می رود. امروزه، مقوله کارآفرینی به سرعت در حال گسترش است و توانسته نقش مهمی در زمینه توسعه کسب و کار داشته باشد. اهمیت آن به نحوی است که کارآفرینی را قلب فعالیت های توسعه اقتصادی تعریف کرده اند. اولین تعریف از کارآفرینی، آن را اصطلاحی اقتصادی میدانست که فرایند تحمل خطر خرید با قیمت های خاص و فروش با قیمت های نامشخص را توصیف می کند. با این حال، مفسران بعدی این تعریف را گسترش دادند و مفهوم گردآوری عوامل تولید را در بر گرفتند. بعدها مفهوم نوآوری توسط تئوری پردازان به تعریف کارآفرینی افزوده شد. این نوآوری می تواند در فرایند، بازار، محصول، در فاکتور و حتی نوآوری سازمانی باشد.

۵-۳- نتیجه گیری

کارآفرینی عبارت است از ایجاد کسب و کار جدید که با خطر پذیری و عدم قطعیت همراه است. کارآفرینی عامل خلق ثروت، خلق کسب و کار، خلق نوآوری، خلق تغییر، خلق کار، خلق ارزش و رشد است. این فرایند شامل جست و جوی فرصت و حداکثرسازی ارزش ناشی از آن است. در تعریف کارآفرینی روستایی و کشاورزی می توان بیان داشت که این نوع از کارآفرینی هیچ تفاوتی با مفهوم عام کارآفرینی ندارد. فقط شرایط خاص مناطق روستایی و کشاورزی از جمله بالاتر بودن ریسک، کمبود امکانات و ضعف مدیریت در این نواحی، متفاوت با سایر نواحی و فعالیت هاست. کارآفرینی روستایی و کشاورزی مبتنی بر تحریک استعداد محلی کارآفرینی و عوامل مرتبط با کارآفرینی، از نظر گاه های مختلفی بررسی شده است. نظریه پردازان اقتصادی شرایط و عوامل اقتصادی را موجب کارآفرینی می دانند. از این نظر، موفقیت کسب و کارها وابسته به در دسترس بودن سرمایه در شروع فعالیت های کارآفرینانه و همچنین کنترل مالی مناسب برای هزینه کرد منابع مالی هستند. در نظریه های اقتصادی، بیشتر به بحث نوآوری در تولید محصول و جلب سرمایه گذاری، ایجاد تعادل بین عرضه و تقاضا، ایجاد مبادله و گردش پول در اقتصاد، فراهم آوردن ابزار و تولید محصولات جدید قابل عرضه به بازار، تحمل عدم قطعیت، داشتن مهارت های مدیریتی، جابه جایی منابع اقتصادی براساس اصول بهره وری، آگاهی از فرصت های سودآور و کشف نشده اشاره کرده اند. در مقابل نظریه های روان شناسان برای توسعه کارآفرینی، ویژگیهای روان شناختی کار آفرینان از جمله مخاطره پذیری، میل به استقلال طلبی، اعتماد به نفس، ویژگی های انگیزشی و شخصیتی و پشتکار را شرط لازم برای کارآفرین می دانند. اما در رویکرد رفتاری، علاوه بر ویژگی های شخصیتی، عوامل محیطی و ویژگی های رفتاری فرد نیز مورد توجه قرار می گیرد. در نهایت شرایط محیطی با محیط کارآفرینی شامل عوامل اقتصادی، سیاسی، صنعتی، جمعیتی و فرهنگی شناخته شده در جهت ایجاد یا تضعیف فرصت های کارآفرینی و دسترسی به تسهیلات و خدمات حمایتی، که فرایند راه اندازی را تسهیل می کنند، مؤثرند.

استان کرمان دارای پتانسیل هایی مناسب در رشد و توسعه بخش کشاورزی است. این استان به دلیل گستردگی وسعت و تنوع اقلیمی جغرافیایی، استعدادهای فراوانی به صورت بالفعل و بالقوه در زمینه های

گوناگون بخش کشاورزی و صنایع تبدیلی و تکمیلی محصولات کشاورزی دارد و در صورت استفاده بهینه از تمام ظرفیت ها می تواند در امنیت غذایی کشور تاثیرگذاری بیشتری نسبت به وضعیت موجود ایفا نماید. برای افزایش نرخ سرمایه گذاری در بخش کشاورزی استان شناخت عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی و موانع آن برای حمایت از توسعه سرمایه گذاری ضروری است. به این منظور بعد از تفکیک عوامل به دو بخش عوامل درونی و بیرونی، به رتبه بندی شاخص های مربوطه اقدام گردید. بدین صورت که با استفاده از ترکیبی از روشهای توصیفی و تحلیلی با استفاده از شیوه کتابخانه ای اسنادی) و میدانی (پرسشنامه) عوامل و معیارهای موثر بر کارآفرینی کشاورزی شناسایی شدند. در شیوه کتابخانه ای با کمک اسناد موجود به بسط و تبیین نظری مسئله پرداخته و درنهایت لیستی از عوامل و شاخص های موثر بر کارآفرینی کشاورزی و کسب و کارهای مربوطه استخراج شدند. اعتبار روایی این پژوهش بر اساس اعتبار محتوایی است. اعتبار محتوایی یک آزمون، معمولا توسط افرادی متخصص در موضوع مورد مطالعه تعیین می شود. برای افزایش اعتبار این پژوهش، پرسشنامه تهیه شده در اختیار تعدادی از کارشناسان مطلع قرار داده شده تا مطالعه نموده و نظر خود را بیان نمایند. در این پژوهش ضریب آلفای کرونباخ از بسته نرم افزاری SPSS محاسبه گردید. نتایج ضرب آلفای کرونباخ نشان داد که پایایی پرسشنامه در سطح مناسبی قرار داشته و قابل اعتماد برای پژوهش میدانی است.

نتایج مطالعه با استفاده از نظر خبرگان و متخصصان و نرم افزار Expert choice نشان داد که از میان عوامل درونی و بیرونی موثر بر کارآفرینی کشاورزی، عوامل بیرونی از اهمیت بیشتری برخوردارند هر چند که امتیاز عوامل درونی نیز بسیار قابل توجه بوده است. همچنین از میان معیارهای مختلف عوامل بیرونی، معیارهای عوامل زیرساختی - محیطی، عوامل اقتصادی، عوامل نهادی و قانونی و عوامل اجتماعی-فرهنگی به ترتیب دارای اولویت اول تا چهارم بوده اند. از میان ۱۳ معیار عوامل اقتصادی معیارهای افزایش توانایی مالی و اعطای تسهیلات خاص کارآفرینی کشاورزی، تامین سرمایه برای راه اندازی کسب و کار جدید (وجود منابع مالی)، دسترسی به عوامل تولید و آشنایی با اصول خرید و فروش (قدرت چانه زنی) به ترتیب دارای

اولویت اول تا چهارم بوده اند. از میان ۶ معیار عوامل ترویجی آموزشی برگزاری آموزش های فنی و حرفه ای و مهارت آموزی، دانش فنی کافی در زمینه کارآفرینی، آشنایی با کانال ها و منابع اطلاعاتی و استفاده از رسانه های ارتباطی و جمعی به ترتیب دارای اولویت اول تا چهارم بوده اند. از میان ۹ معیار عوامل اجتماعی- فرهنگی معیارهای فضای کسب و کار، اعتماد اجتماعی و ثبات و پایداری اجتماعی، داشتن فرهنگ کسب و کار و کارآفرینی و داشتن الگوی موفق کارآفرینی در بین اطرافیان با مقبولیت اجتماعی به ترتیب دارای اولویت اول تا چهارم بوده اند. از میان ۵ معیار عوامل خانوادگی معیارهای قدرت تصمیم گیری در خانواده، حمایت و همکاری خانواده در امور کسب و کار، سطح تحصیلات و شغل، وضعیت مالی خانواده و بعد خانوار به ترتیب دارای اولویت اول تا پنجم بوده اند. از میان ۳ معیار عوامل نهادی - قانونی معیارهای وجود قوانین و اجرای سیاست های حمایتی از کارآفرینان، وجود سازمان های متولی خاص کارآفرینان کشاورزی و حمایت نهادهای دولتی به ترتیب دارای اولویت اول تا سوم بوده اند. از میان ۸ معیار عوامل زیر ساختی - محیطی معیارهای وجود شبکه حمل و نقل مناسب (جاده و راه های ارتباطی)، امکان استفاده از سرمایه گذاران برای ایجاد کسب و کارهای جدید کشاورزی، بهبود زیرساخت های مناسب در مناطق کشاورزی، آب، برق و گاز، مخابرات و پست بانک و ... و نیروی انسانی ماهر و با تجربه به ترتیب دارای اولویت اول تا چهارم بوده اند. از میان ۵ معیار عوامل فنی معیارهای دسترسی به متخصصان و مشاوران فنی، دسترسی به فناوری های نوین، داشتن مهارت های فنی جهت تولید و فرآوری محصولات، مهارت کافی در مورد چگونگی راه اندازی طرح تولیدی، مهارت کافی در مورد چگونگی راه اندازی طرح تولیدی و مهارت کافی در زمینه استفاده از ابزار آلات و فناوری های موجود از قبیل رایانه و اینترنت به ترتیب دارای اولویت اول تا پنجم بوده اند. از میان ۴ معیار عوامل اخلاقی معیارهای به رسمیت شناختن اخلاقیات فراتر از قانون، سازگاری با آداب و رسوم اجتماعی و هنجارهای اخلاقی، جلوگیری از اتلاف محصول در مراحل برداشت، انبار و بسته بندی و تولید محصول سالم به ترتیب دارای اولویت اول تا چهارم بوده اند. از میان ۵ معیار عوامل زیست محیطی معیارهای صرفه جویی در مصرف آب در روند فعالیتها، عدم استفاده بیش از

از سموم شیمیایی، عدم استفاده از کودهای مضر در روند فعالیت ها، نگرانی نسبت به مشکلات اخلاقی و محیط زیستی و محافظت از تنوع زیستی به ترتیب دارای اولویت اول تا پنجم بوده اند.

همچنین در این مطالعه بعد از اولویت بندی عوامل و معیارهای کارآفرینی کشاورزی، قوت ها، ضعف ها، فرصت ها و تهدیدهای کارآفرینی کشاورزی و کسب و کارهای نو پا مورد بررسی قرار گرفت و در نهایت بر اساس نظر خبرگان استراتژی های مناسب جهت توسعه کسب و کارهای کشاورزی کارآفرینی کشاورزی تدوین و رتبه بندی شدند.

نتایج حاصل از بررسی نقاط قوت و ضعف کارآفرینی کشاورزی حاکی از آن است که عوامل اعتبارات اختصاص یافته به شرکت های دانش بنیان در زمینه تحقیقات و کاربرد، توسعه تکنولوژیکی کشاورزی، مشارکت سرمایه گذاران، خانواده و دوستان در کسب و کارهای کارآفرینانه، جلوگیری از اتلاف محصول در مراحل مختلف تولید و توزیع، برگزاری دوره های آموزشی، تلاش برای توسعه روستا و بخش کشاورزی، بررسی عملکرد مرکز رشد و شتابدهنده های موجود کشاورزی، پذیرش فناوری، استفاده از مواد اولیه بومی، استفاده از نیروی انسانی بومی و توجه به اشتغالزایی در منطقه، از مهمترین نقاط قوت و عوامل عدم آشنایی کارشناسان و کشاورزان با پتانسیل های مناطق کشاورزی، ضعف خدمات زیربنایی، عدم آشنایی با تکنولوژی، مشکلات بازاریابی، ضعف مالی کشاورزان، عدم سودآوری مناسب اغلب محصولات کشاورزی و درآمد پائین کشاورزان، خرد بودن زمین های زراعی، کمبود آب، ضعف مدیریت، مهاجرت های روستاییان، عدم اطلاع از نیازها و کمبودهای بازار و منطقه، عدم توانایی رقابت با سایر رقبا، عدم توانایی بهره گیری از فرصت ها، عدم تجاری سازی ایده ها، ضعف اطلاعاتی کشاورزان، کمبود سرمایه در میان کشاورزان، ضعف امکانات برای عرضه و فروش محصولات بدون واسطه، ریسک گریز بودن صاحبان کسب و کارهای کشاورزی، فعالیت محدود صاحبان کسب و کارهای کشاورزی، کمبود و فرسوده شدن امکانات فیزیکی، عدم وجود تشکل ها و انجمن های حوزه کسب و کارهای کشاورزی، سطح پایین دانش و آگاهی، عدم فرهنگ سازی مناسب، عدم

دریافت به موقع تسهیلات و عدم تغییر نگرش و علاقه به تولید غذای سالم مهمترین نقاط ضعف کارآفرینی و توسعه کسب و کارهای کشاورزی بوده اند.

همچنین در زمینه نقاط فرصت کارآفرینی کشاورزی عوامل توسعه فناوری در همه بخش های اقتصادی، رشد تحصیلات در کشور، توسعه مالی و توسعه اقتصادی، انعطاف پذیری قوانین بازار کار، رشد و تراکم جمعیت، توجه به نقش آموزش در توسعه فرهنگ کارآفرینی، تامین زیرساختهای فناوری اطلاعات و ارتباطات، مشوق های قانونی، آموزش عمومی، فرهنگی و ترویجی برای کارآفرینی و خود اشتغال در جامعه، توسعه شرکت های دانش بنیان، توسعه پارک علم و فناوری و مراکز رشد و میزان دسترسی به نیروی کار ماهر و نیمه ماهر در جامعه از مهمترین عوامل بوده اند و عوامل پائین بودن احساس امنیت اقتصادی، غلبه مشاغل کاذب، ضعف ساختار اداری، ضعف قوانین و مقررات و بی ثباتی آن ها، شکاف درآمدی در مناطق روستایی و کشاورزی، شرایط نابرابر رقابت در بازار یا سایر حوزه ها، نگرانی نسبت به تاثیرات منطقه ای و اجتماعی، تغییرات اقلیمی، تحریم ها و محدودیت ها، عدم وجود راهبردهای مدون و اجرایی توسعه کارآفرینی در برنامه های دولت، ضعف حمایت مالی، عدم همکاری سازمان های مربوطه، کاستی های نظام حمل و نقل، عدم زیرساخت های کافی و عدم ثبات اقتصاد کلان از تهدیدهای کارآفرینی کشاورزی بوده اند.

بر اساس نتایج حاصل از مدل سوات، استراتژی های بازنگری، مناسب ترین استراتژی توسعه کارآفرینی کشاورزی و کسب و کارهای کشاورزی می باشند. خبرگان از میان استراتژی های گوناگون استراتژی های توسعه دانش و مهارت های کارآفرینی، همکاری بخش های دولتی و خصوصی در تامین مالی کسب و کارهای نو پا، مشاوره با افراد متخصص و با تجربه، تجدید نظر و بازنگری در ساختار آموزش عالی، تسهیل سرمایه گذاری در مراحل اولیه راه اندازی کسب و کار، تامین زیرساخت های فنی، حقوقی و مالیاتی برای کارآفرینان و شرکت های دانش بنیان کشاورزی، تقویت مهارت های رهبری و مدیریتی و ارتباطی، ترویج و توسعه فرهنگ راه اندازی کسب و کارهای نوپا در بخش کشاورزی، تقویت روحیه کارآفرینی، ایجاد نگرش مثبت و ترویج و توسعه فرهنگ کارآفرینی و اصلاح قوانین برای تسهیل کارآفرینی را برای بهبود و توسعه

کارآفرینی کشاورزی دارای اولویت اول تا دهم دانسته‌اند. از جمله سایر استراتژی‌ها و راهبردهای قابل کاربرد نیز می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

توانایی تغییر محصول با توجه به تغییر شرایط بازار، حمایت رسانه‌ای از کارآفرینی، انتقال دانش کشاورزی موفق به دیگر کشاورزان، حمایت رسانه‌ای از کارآفرینی، حمایت فرهنگی از ریسک‌پذیری، نوآوری و خلاقیت، تجلیل از کارآفرینان موفق، اصلاحات فرهنگی برای ارزش‌گذاری کارآفرینی، حمایت از تحقیق و توسعه، حمایت مالی از کارآفرینی و اعطای وام‌های کم‌بهره، تشکیل انجمن‌های تجاری در زمینه کارآفرینی، سازگاری فعالیت‌ها با قوانین محلی و عرف جامعه، افزایش دسترسی به بازارهای داخلی و خارجی، حمایت از کسب و کارهای نوپای موفق و قوی، تلاش برای رفع نیازهای نسبی منطقه از طریق محصول مناسب، توجه به نقش رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی در رشد کارآفرینی، نگاه مثبت جامعه به کارآفرینان، همکاری نهادهای دولتی و غیردولتی برای توسعه کسب و کارهای کشاورزی، آموزش خلاقیت و نوآوری، شکل‌گیری شبکه فعالان کسب و کارهای کشاورزی نوپای کشاورزی.

موفقیت‌های کارآفرینی می‌تواند هم به نفع کارآفرین و هم به نفع کشور کارآفرین باشند. درک عوامل مؤثر بر فعالیت‌های کارآفرینانه برای کارآفرینان و حکومت‌های مشتاق که ارتقاء نوآوری را به عنوان وسیله‌ای برای ترویج رونق ملی می‌دانند، بسیار مهم است. رویکردهای مختلفی نسبت به کارآفرینی وجود دارد که دلیل آن را می‌توان در رشته‌های مختلف علوم مورد بررسی قرار داد. از آنجایی که کارآفرینی به عنوان ابزاری مناسب برای تحریک و رشد اقتصادی شناخته شده است، شناسایی عوامل تعیین‌کننده فعالیت کارآفرینی امکان می‌دهد تا سیاست‌های مناسب برای افزایش بهره‌وری و رشد اقتصادی در یک اقتصاد طراحی شود.

در حال حاضر با توجه به چالش‌های مختلف توسعه پایدار کشاورزی، مانند رقابتی شدن بازار، توسعه فناوری‌های جدید و حفظ محیط زیست، توسعه کارآفرینی کشاورزی بویژه کارآفرینی پایدار در بخش کشاورزی به عنوان راهبردی اثر بخش برای دستیابی به توسعه پایدار کشاورزی مطرح شده است بدین

منظور، اتخاذ سیاست‌های مناسب در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی ضروری است. نتایج حاصل از مطالعه حاضر برای تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌گذاری‌های دولت در جهت حمایت از کارآفرینان و نیز برای کارآفرینان بدلیل آگاهی از تأثیرات این عوامل بر فعالیتهای کارآفرینی بسیار حائز اهمیت هستند.

فهرست منابع

- احمدپور داریانی، محمود، عبدلی محمدآبادی، طیبه و سخدری، کمال (۱۳۹۹). طراحی الگوی توسعه قابلیت های پویا در کسب و کارهای نوپا (مطالعه موردی: کسب و کارهای حوزه فناوری اطلاعات). توسعه کارآفرینی، ۱۳ (۲)، ۱۸۰-۱۶۱.
- ایزدی، بنت الهدی، رضایی مقدم، کورش و اسداله پور، علی (۱۳۹۵). سازه‌های موثر و موانع تحقق توسعه کارآفرینی در مشاغل خانگی بخش کشاورزی در مناطق روستایی شیراز. علوم ترویج و آموزش کشاورزی، ۱۲ (۱)، ۵۹-۳۱.
- احمدی، سنور، کوهستانی، حسین، یادآور، حسین و شعبانعلی قمی، حسین (۱۳۹۸). طراحی مدل توسعه کارآفرینی کشاورزی پایدار در بین زنان روستایی (مطالعه موردی استان کردستان). نشریه دانش کشاورزی و تولید پایدار، ۲۹ (۳)، ۲۵۱-۲۳۷.
- باقری، م و نمازیان، م (۱۳۹۱). موانع کارآفرینی در ایران، نقش بومی سازی و راهکارها. اولین همایش ملی کارآفرینی.
- بزی، افشین، شجاعی، سامره، اسفندیاری مقدم، علیرضا و سمیعی، روح ... (۱۳۹۹). تبیین مدل راهبردی تجارت الکترونیک در بخش صادرات محصولات کشاورزی و توسعه کارآفرینی روستایی با تاکید بر سیاست های اقتصاد مقاومتی. تعاون و کشاورزی، ۹ (۳۳)، ۱۵۳-۱۲۴.
- بابایی، م، نیک نامی، م و ثمری، د (۱۳۹۲). ویژگی‌های کارآفرینی زنان روستایی در تعاونیهای استان سمنان. فصلنامه تعاون و کشاورزی، ۲ (۵)، ۸۶-۶۹.

برقی اسکویی، محمد مهدی و ولی زاده، سمیه (۱۳۹۷). تاثیر فضای کسب و کار بر تجارت خارجی: مطالعه

موردی شرکای عمده تجاری ایران. مدیریت کسب و کارهای بین المللی، ۱ (۳)، ۱۴۴-۱۲۵.

پرهیزگار، اکبر و غفاری گیلان‌دیده، عطا (۱۳۸۵). سامانه اطلاعات جغرافیایی و تحلیل تصمیم چند معیاری،

انتشارات سمت، شماره انتشار ۱۰۵۶، صفحه ۵۹۷.

حسن زاده، مجید (۱۳۹۲). ایده پردازی پایه شکوفایی خلاقیت، کارگاه آموزشی خلاقیت، دانشگاه کاشان.

حسینی نیا، غلامحسین و علی آبادی، وحید (۱۳۹۸). تحلیل شکاف وضعیت موجود و مطلوب ابعاد

اکوسیستم کارآفرینی در شرکت های دانش بنیان کشاورزی در استان های همدان و کرمانشاه. تعاون

و کشاورزی، ۸ (۲۹)، ۷۷-۵۷.

حسین زاده بحرینی، م.ح و ملک الساداتی، س (۱۳۹۰). موانع نهادی سرمایه گذاری و کسب و کار در ایران.

پژوهشنامه بازرگانی، فصلنامه اقتصادی-بازرگانی، ۱۵ (۶۸)، ۴۹-۵۹.

خوش مرام، مژگان، زرافشانی، کیومرث، میرکزاده، علی اصغر و علی بیگی، امیرحسین (۱۳۹۶). طراحی

و تبیین الگویی برای تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی استان کرمانشاه. فصلنامه

پژوهش های روستایی، ۸ (۲)، ۷۰-۵۵.

دلفانی، م.، حسین پور، ا.، نجفی، ع و حسینی، س.د (۱۳۹۷). بررسی و شناخت موانع و محدودیت های

کارآفرینی در بخش کشاورزی در بخش کشاورزی، مجله جغرافیا و روابط انسانی، ۱ (۱)، ۱۳-۱.

رضایی، ب.، نجف پور، ه و کهریزی، د (۱۳۹۷). شناسایی موانع توسعه کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی

شهرستان کرمانشاه، اقتصاد کشاورزی و توسعه، ۲۶ (۱۰۱)، ۷۲-۵۵.

رحمتی، نسرین، ایرچی راد، ارسلان و منسوب بصیری، محمود (۱۳۹۸). اثربخشی آموزش‌های کسب و

کار کشاورزی در کار آفرینی زنان روستایی. فصل نامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، شماره

۴۹، ۱۶۰-۱۴۵.

زرآبادی، زهرا سادات سعیده و مردوخی، ناهیده (۱۳۹۱). تحلیل عوامل تأثیرگذار بر توسعه گردشگری پایدار شهرستان سروآباد با استفاده از مدل فازی TOPSIS. فصلنامه مطالعات مدیریت شهری، ۴ (۱۲)، ۶۱-۷۳.

زالی، محمدرضا، سید مصطفی رضوی و الهام کابلی (۱۳۹۱). تأثیر شبکه اجتماعی مدیران اجرایی بر عملکرد کسب و کارهای نو پا در ایران، شواهدی مبتنی بر یافته های دیده بان جهانی کارآفرینی (GEM). پژوهشنامه مدیریت اجرایی، ۴ (۸)، ۴۱-۶۲.

زیوری، امینه، محمدی خیاره، محسن و مظهری، رضا (۱۳۹۱). مروری سیستماتیک بر عوامل اقتصادی مؤثر بر کارآفرینی. فصلنامه رشد فنی، ۱۶ (۲)، ۳۲-۴۳.

سجاسی قیداری، حمدالله، شایان، حمید و واعظ طبسی، علی (۱۳۹۸). سنجش مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت های کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی (مورد مطالعه: دهستان های شهرستان های کاشمر و بردسکن و خلیل آباد). فصلنامه پژوهش های روستایی، ۱ (۲)، ۲۱۳-۲۰۰.

شاطریان، م.، نصرآبادی، ز و منصوریان، ف (۱۳۹۶). تحلیل موانع کارآفرینی زنان روستایی در شهرستان کاشان. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۶ (۳)، ۱۹۶-۱۸۱.

شریف زاده، محمد شریف؛ عبدالله زاده، غلامحسین؛ اکبری، مرتضی؛ مبینی دهکردی، علی (۱۳۹۵). کارآفرینی و پایداری: به سوی کارآفرینی پایدار، سازمان جهاد دانشگاهی تهران.

شاه آبادی، ابوالفضل، نظیری، محمد کاظم و جمشیدی، امیر (۱۳۹۹). تأثیر فضای کسب و کار بر سرمایه گذاری کشورهای منتخب منطقه منا. مدیریت کسب و کارهای بین المللی دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه تبریز، سال سوم، شماره ۲، ۸۰-۶۱.

شجاعی فرد، علی (۱۳۹۸). توانمند سازی و ایجاد کارآفرینی روستایی در محیط های کسب و کار کوچک مورد: دهستان آیسین - شهرستان بندرعباس. فصلنامه علمی برنامه ریزی منطقه ای، ۹ (۳)، ۱۹۶-

شاه آبادی، ا و دهقانی احمدآباد، ه (۱۳۹۱). تاثیر عوامل نهادی بر رشد اقتصادی کشورهای عضو گروه

D8. فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین، ۲۱ و ۲۲، ۴۹-۷۵.

عباسی، فاطمه، سعدی، حشمت اله و شعبانعلی فمی (۱۳۹۹). تحلیل تاثیر روحیه کارآفرینی کشاورزان

در ترویج کشاورزی تقاضا محور با استفاده از مدل معادلات ساختاری (مطالعه موردی: کشاورزان

استان اصفهان). مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، ۲ (۵۱)، ۱۶۳-۱۷۸.

عباسی، سهیل (۱۳۹۲). استارت آپ چیست؟ <http://www.khoshfekri.com>

فراهانی، حسین و الوندی، مینا (۱۳۹۹). تبیین چالش های کار آفرینی کسب و کارهای کوچک روستایی،

مطالعه موردی روستاهای شهرستان بیجار. نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۲۰ (۵۷)،

۱۱۹-۱۰۵.

قدسی پور، سیدحسن (۱۳۸۱). تحلیل فرآیند سلسله مراتبی AHP. تهران، انتشارات دانشگاه صنعتی

امیرکبیر.

قدسی پور، سیدحسن (۱۳۸۴). فرایند تحلیل سلسله مراتبی. چاپ چهارم، تهران، انتشارات دانشگاه صنعتی

امیرکبیر.

قدسی پور، سیدحسن (۱۳۸۵). فرایند تحلیل سلسله مراتبی، انتشارات دانشگاه صنعتی امیرکبیر، تهران.

قدمی، مصطفی و صالحی، صادق (۱۳۹۱). بررسی عوامل موثر در شکل گیری رابطه متضاد میان بخش

کشاورزی و گردشگری مطالعه موردی چالوس و نوشهر. مطالعات مدیریت گردشگری، ۷ (۱۷)، ۲۰۳-

۱۷۳.

قنبری، سلیمه و ضیاآبادی، مریم (۱۴۰۰). شناسایی و برنامه ریزی استراتژیک ابعاد مختلف مهارت های

کارآفرینی دانش آموختگان رشته بیوتکنولوژی مطالعه موردی: دانشگاه شهید باهنر کرمان. مجله

بیوتکنولوژی کشاورزی، ۱۳ (۲)، ۷۸-۱۰۲.

کریمی، جعفر و محبوب‌فر، محمدرضا (۱۳۹۱). تکنیک‌ها و مدل‌های برنامه‌ریزی توریسم. چاپ اول، اصفهان، انتشارات ارکان دانش.

لطفی زاده، طلیمه (۱۳۹۵). استارت آپ‌ها چگونه ارزش‌گذاری می‌شوند؟ روزنامه دنیای اقتصاد.

موحد محمدی، سید حمید، مستعدی نیا، زهره، رضوانفر، احمد، علم بیگی، امیر و مهدی زاده، حسین (۱۳۹۸). مدل سرعت بخش رشد بوم سامانه کار آفرینی کشاورزی دانشگاهی از دیدگاه خبرگان

کسب و کارهای نوپا. فصل‌نامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، شماره ۵۰، ۵۶-۳۹.

مریدسادات، پگاه، رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا، پور طاهری، مهدی و شمالی فمی، حسین (۱۳۹۶). واکاوی وضعیت کارآفرینی پایدار در سیاست‌های کلان و بخش کشاورزی جمهوری اسلامی ایران.

فصلنامه پژوهش‌های روستایی، ۸ (۱)، ۹۶-۸۳.

ملکی، معصومه، واحدی، مرجان و آرایش، محمد باقر (۱۳۹۸). عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در تعاونی

های تولیدی کشاورزی استان ایلام. تعاون و کشاورزی، ۶ (۳۲)، ۶۹-۵۲.

ملاشاهی، ملیحه و مرادی، ابراهیم (۱۳۹۸). تحلیلی بر موانع ترویج کارآفرینی کشاورزی در استان سیستان

و بلوچستان. تحقیقات اقتصاد کشاورزی. ۱۱ (۱)، ۲۱۶-۱۹۳.

مهرآرا، اسدالله، قاسمی همدانی، ایمان و عطف، زهرا (۱۳۹۸). تاثیر هوش تجاری در مزیت رقابتی با نقش

میانجی‌گری راهبرد گرایش به کارآفرینی در کسب و کارهای کشاورزی (مطالعه موردی صنعت کاشت

زعفران). تعاون و کشاورزی، ۸ (۲۹)، ۱۰۹-۷۹.

نوری، هدایت‌الله و نیلیپور طباطبایی، شهره (۱۳۸۶). اولویت‌بندی توسعه صنایع تبدیلی و تکمیلی بخش

کشاورزی با استفاده از روش دلفی، شهرستان فلاورجان، استان اصفهان. مجله پژوهش‌های جغرافیایی،

۶۱، ۱۶۱-۱۷۸.

ندافی، راضیه و احمدوند، مصطفی (۱۳۹۶). شناسایی اولویت‌بندی پیشران‌های توسعه کسب و کارهای

نو پا (استارت آپ‌ها) با استفاده از روش شناسی کیو. توسعه کارآفرینی، ۱۰ (۳)، ۵۳۴-۵۱۷.

یراقی، شکوفه، طاهری، علی و طاهری، زینب (۱۳۹۳). بررسی متدولوژی های سبک استارت آپ ناب و

کانبان، اولین کنگره سراسری فناوری های نوین، مرکز راهکارهای دستیابی به توسعه پایدار.

یاسوری، مجید و نوروزی نژاد، معصومه (۱۴۰۰). فرا تحلیل کیفی ابعاد توسعه کارآفرینی زنان روستایی.

زن در توسعه و سیاست، ۱۹ (۱) ۱، ۴۱-۲۱.

Aldrich, H. E., Brumana, M., Campopiano, G., & Minola, T. (2021). Embedded but not asleep: Entrepreneurship and family business research in the 21st century. *Journal of Family Business Strategy*, 100390.

Baghizadeh F, Amirtaimoori S, Zare Mehrjerdi MR, Ziaabadi M. (2018). Study and prioritize the various aspects of the producing transgenic plants. *Journal of Environmental Study*, 44, 321-329.

Baghizadeh F, Amirtaimoori S, Zare Mehrjerdi MR, Ziaabadi M. (2019). Strategic Planning for Production of Transgenic Plants in Iran Based on the Opinion of Experts in Kerman Province. *Journal of Biosafety*, 12, 43-56.

Bridge (2001). Entrepreneurship, WWW.bridge - biz.com, 2001, 1-3.

Stevenson, H. & Gumpert, D. (1985). The heart of Entrepreneurship, *Harvard Business Review*, 85-94.

Bogodistov, Y., Presse, A., Krupskyi, O. P., & Sardak, S. (2017). Gendering dynamic capabilities in micro firms. *Revista de Administração de Empresas*, 57(3), 273-282.

Blank, S. (2012). How to Build a Great Company, Step by Step. *The Common Wealth Club of California*. 14 August 2012.

Blank, S. (2009). Why the Lean Start-Up Changes Everything. *Harvard Business Review*.

Coda, Roberto, Krakauer, Patrícia Viveiros de Castro, & Berne, Davi de França. (2018). Are small business owners entrepreneurs? Exploring small business manager behavioral profiles in the São Paulo Metropolitan region. *RAUSP Management Journal*, 53(2), 152-163.

Corcoran, A., & Gillanders, R. (2015). Foreign direct investment and the ease of doing business. *Review of World Economics*, 151(1), 103-126.

- Dias, C. S., Rodrigues, R. G., & Ferreira, J. J. (2019). What's new in the research on agricultural entrepreneurship? *Journal of rural studies*, 65, 99-115
- Eisenhardt, K. M., & Martin, J. A. (2000). Dynamic capabilities: what are they? *Strategic management journal*, 21(10-11), 1105-1121.
- Dias, C. S., Rodrigues, R. G., & Ferreira, J. J. (2019). Agricultural entrepreneurship: Going back to the basics. *Journal of Rural Studies*, 70, 125-138.
- Dalkey, N., & Helmer, Olaf. (1963). An experimental application of the Delphi method to the use of experts. *Management Science*, 9, 3.
- Ehsanifar T, Rostami F, Naderi N & Rezaei B. (2016). Obstacles and strategies for the development of entrepreneurship in the agricultural sector. *Journal of Entrepreneurship in Agriculture*, 3 (2), 1-15.
- Gu, W., & Zheng, X. (2021). An empirical study on the impact of sustainable entrepreneurship: Based on the environmental Kuznets model. *Journal of business research*, 123, 613-624.
- Groenewegen, G. and Langen, F. (2012). Critical Success Factors of the Survival of Start-Ups with a Radical Innovation. *Journal of Applied Economics and Business Research*, 2(3), 155-171.
- Hisrich, Robert D.& Peters, Michael P. (2002). Entrepreneurship, TuTa mc Graw – Hill Publishing Company, Fifth Edition, 2002.
- Hassanzadeh, A. (2003). The Role of Micro-Credit in Rural Development. *Proceedings of the 13th Conference on Monetary and Monetary Policy*, Tehran, Central Banking and Banking Research Institute, I, 2003.
- Karami S, Agahi H. (2017). An analysis of approaches and models of entrepreneurship development in the development of agricultural entrepreneurship. *Entrepreneurship in agriculture*, 2 (2), 81-103.
- Karimi, Mozaffar et al. (2009). Assessment of the Self-Employment Plans of Imam Khomeini Relief Committee Clients during the Years 2001-2007, Research Center of the Islamic Consultative Assembly, Office of Social Studies. *United Nations Poverty Reduction and Economic Development Group*, Iran Newspaper, Internet article available at: <http://www.emdad.iramoozeshfilesfaghr>.

- Keeney, S., Hasson, F., & Mckenne, H. P. (2001). A critical review of the Delphi technique as a research methodology for nursing. *International Journal of Nursing Studies*, 38(2), 195-200.
- Kwon, S. J., Ryu, D., & Park, E. (2018). The Influence of entrepreneur's strategic agility and dynamic capability on the opportunity pursuit process of new ventures: evidence from South Korea. *Academy of Strategic Management Journal*, 17(1), 1-17.
- Khalidi, M., Washin, S. (2007). Attitudes of common farmers about the barriers and incentives for organic farming. *Proceedings of the Secend National Conference on Ecological Agriculture of Iran*. Gorgan Universty of Agricultural Sciences and Natural Resources, Gorgan.
- Kuckertz, A., Berger, E. S., & Brändle, L. (2020). Entrepreneurship and the sustainable bioeconomy transformation. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 37, 332-344.
- Kautz, Judith. (2003). Intrapreneurship. *Small Business Notes*, 2003, 1.
- Maclsaac. N. (1997). The role of Microcredit in Poverty Reduction and promoting Gender Equity. *South Asia Partnership Canada*, June 12, 1997.
- Mazhari R, Mohammadi Khyareh M, Khayrandish M, &Jahanbakhsh Rostami M. (2017).Ranking the effective factors on the development of agricultural entrepreneurship in rural development (Case study of Kouhestan District, Rostamkola City). *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, 4 (7), 30-38.
- McKeown, B. and Thomas, B. (1988). Q Methodology. *Newburg Park, CA: Sage Publication*.
- Manyise, T., & Dentoni, D. (2021). Value chain partnerships and farmer entrepreneurship as balancing ecosystem services: Implications for agri-food systems resilience. *Ecosystem Services*, 49, 101279.
- McKelvie, A., & Davidsson, P. (2009). From resource base to dynamic capabilities: an investigation of new firms. *British Journal of Management*, 20, S63-S80.
- Martin, L., McNeill, T., & Warren-Smith, I. (2013). Exploring business growth and eco innovation in rural small firms. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 19(6), 592 – 610.

- Mahuni, K, and W, Garikai Bonga. (2017). Nexus between doing business Indicators and foreign direct investment for Zimbabwe: A time series analysis. *Journal of Economics and Finance* (DRJ-JEF), 2(2), 1-8.
- Mahringer, C. A., & Renzl, B. (2018). Entrepreneurial initiatives as a microfoundation of dynamic capabilities. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 14(1), 61- 79.
- Mehdipour, F. (2015). Identifying the key factors of green business development based on the experiences of leading countries. *Proceedings of the first National Workshop on Green Jobs*, 384-393.
- Nabizadeh Zolpirani M, Hosseini Yekani SA, & Heidari Kamalabadi R. (2015). Factors affecting the agricultural entrepreneurship motivation (Case study: Guilan Province). *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, 2 (3), 9-18.
- Nilson, M. (2002). SEA Methodology and Application in the Energy Sector Swedish. *National Energy Administration*.
- Nandurikar, M. (2003). Intrapreneurship. *Forbes magazine*, 2003, 1.
- Nikolaoua, E.I., Ierapetritis, D., Tsagarakis, K.P. (2011). An evaluation of the prospects of green entrepreneurship development using a SWOT analysis. *International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, 18(1), 1-16.
- Ojong, N., Simba, A., & Dana, L. P. (2021). Female entrepreneurship in Africa: A review, trends, and future research directions. *Journal of Business Research*, 132, 233-248.
- Owusu-Nantwi, V. (2019). Foreign direct investment and institutional quality: empirical evidence from South America. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 35(2), 66-78.
- Polonsky, M. J. (2011). Transformative green marketing: impediments and opportunities. *Journal of Business Research*, 64 (12), 1311-1319.
- Powell, C. (2003). The Delphi technique: Myths and realities. *Methodological Issues in Nursing Research*, 41(4), 376-382.
- Pindado, E., & Sánchez, M. (2017). Researching the entrepreneurial behaviour of new and existing ventures in European agriculture. *Small Business Economics*, 49(2), 421-444.
- Pearce, James W. (2003). Western Carolina University, Vol1, NO2, P (2).
- Pinchot, G. (1985). Intrapreneurship. *New York: Harper & Row Publisher*, 1985.

- Reisi A, Sheihaki Tash M, Salarzehi H, & Valinafs A. (2016). Identification and prioritization of factors affecting agricultural entrepreneurship in rural areas (Study Case: Sarbaz Country). *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, 3 (6), 51-58.
- Ries, E. (2013). Lean start-up Practices aren't Just for Young Tech Ventures. *A Version of this Article Appeared in the May 2013 issue of Harvard Business Review*.
- Ries, E. (2011). The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. *New York: Crown Business*.
- Ries, E. (2013). Lean start-up Practices aren't Just for Young Tech Ventures. *A Version of this Article Appeared in the May 2013 issue of Harvard Business Review*.
- Raymond, N.F., Svendsen, E., Campbell, L.K. (2013). Form job training to green jobs: a case study of a young adult employment program centered on environmental restoration in New York city, USA. *Journal of Urban Forestry & Urban Greening*, 12 (2), 287-295.
- Soluk, J., Kammerlander, N., & Darwin, S. (2021). Digital entrepreneurship in developing countries: The role of institutional voids. *Technological Forecasting and Social Change*, 170, 120876.
- Shafiy Rodposhti, M., Torahi, M.F., Norbakhsh, H. (2012). Green recovery and environmental incentives for the automotive industry to protect the environment. *Secnd Conferences on Environmental Planning and Management*.
- Soleymani, A., Farani, A. Y., Karimi, S., Azadi, H., Nadiri, H., & Scheffran, J. (2021). Identifying sustainable rural entrepreneurship indicators in the Iranian context. *Journal of Cleaner Production*, 290, 125186.
- Salamzadeh, A. and Kawamorita, H. (2017). The Enterprising Communities and Startup Ecosystem in Iran. *Journal of Enterprising Communities*, 11(4): Forthcoming.
- Salamzadeh, A., Arasti, Z. and Mohamadi Elyasi, G. (2017). Creation of ICT based Social Start-ups in Iran: A Multiple Case Study *Journal of Enterprising Culture*. *World Scientific Publishing Company*, 25(1), 97- 122.
- Spilling, Olav R. (1998). Entrepreneurship, 1998.
- Sapienza, H. J., Autio, E., George, G., & Zahra, S. A. (2006). A capabilities perspective on the effects of early internationalization on firm survival and growth. *Academy of management review*, 31(4), 914-933.

- Sorin-George Tomaa, A.M.G. (2013). Paul Marinescua, International Conference 'Economic Scientific Research - Theoretical, Empirical and Practical Approaches', ESPERA Economic development and entrepreneurship. *Procedia Economics and Finance*, 8.
- Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic management journal*, 28(13), 1319-1350.
- Teece, D. J. (2012). Dynamic capabilities: Routines versus entrepreneurial action. *Journal of management studies*, 49(8), 1395-1401.
- Teece, D. J. (2014). The foundations of enterprise performance: Dynamic and ordinary capabilities in an (economic) theory of firms. *Academy of management perspectives*, 28(4), 328-352.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic management journal*, 18(7), 509-533.
- Tan, K. G., Amri, M., & Merdikawati, N. (2018). A new index to measure ease of doing business at the sub-national level: Empirical findings from Indonesia. *Cross Cultural & Strategic Management*, 25(3), 515-537.
- Tülüce, N.S. and A.K. Yurtkur. (2015). Term of Strategic Entrepreneurship and Schumpeter's Creative Destruction Theory. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 207: 720-728.
- Yousefi Z, Naderi N, Rezaei B, & Shiri N. (2017). Study and Prioritization of Experts Viewpoints of agricultural Jihad Organization in Kermanshah Province on the Factors Affecting the development of agricultural Entrepreneurship in Rural Areas. *Employer's Strategies in Agriculture*, 2 (4), 53-61.
- Yuan, P., Liu, Y., Ju, F., & Li, X. (2017). A Study on Farmers' Agriculture related Tourism Entrepreneurship Behavior. *Procedia computer science*, 122, 743-750.
- Winter, S. G. (2003). Understanding dynamic capabilities. *Strategic management journal*, 24(10), 991-995.
- Warren M. (2004). Farmers online: drivers and impediments in adoption of Internet in UK agricultural business. *Journal of small Business and Enterprise Development*, 11 (3), 371-381.

Wale, Z. E., Unity, C., & Nolwazi, H. (2021). Towards identifying enablers and inhibitors to on-farm entrepreneurship: evidence from smallholders in KwaZulu-Natal, South Africa. *Heliyon*, 7(1), e05660.

Zollo, M., & Winter, S. G. (2002). Deliberate learning and the evolution of dynamic capabilities. *Organization science*, 13(3), 339-351.

پیوست

هدف : اولویت بندی عوامل اصلی



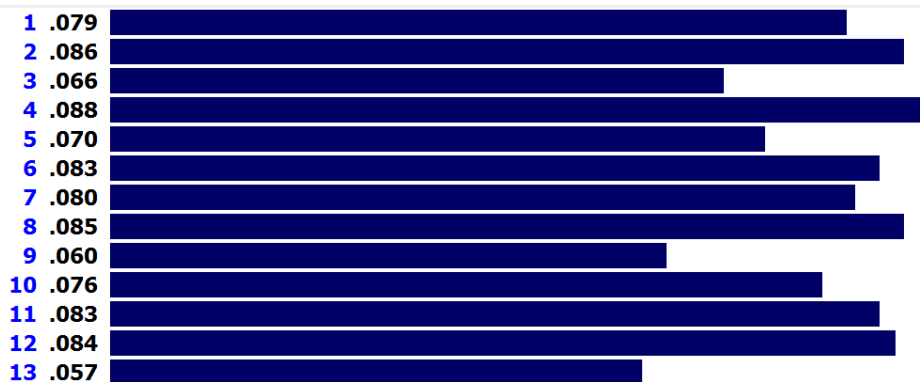
اولویت بندی روانشناختی - درونی

Goal



Inconsistencv = 0.08

اولویت بندی عوامل اقتصادی



Inconsistency = 0.02
with 0 missing judgments.

اولویت بندی عوامل ترویجی

Priorities with respect to:
Goal



Inconsistency = 0.03
with 0 missing judgments.

اولویت بندی عوامل اجتماعی

Priorities with respect to:
Goal



Inconsistency = 0.09
with 0 missing judgments.

اولویت بندی عوامل خانوادگی

Priorities with respect to:
Goal



Inconsistency = 0.06
with 0 missing judgments.

اولویت بندی عوامل نهادی

Priorities with respect to:
Goal



Inconsistency = 0.04
with 0 missing judgments.

اولویت بندی عوامل زیر ساختی - محیطی

Priorities with respect to:
Goal



Inconsistency = 0.06
with 0 missing judgments.

اولویت بندی عوامل فنی

Priorities with respect to:
Goal



Inconsistency = 0.06
with 0 missing judgments.

اولویت بندی عوامل اخلاقی

Priorities with respect to:
Goal



Inconsistency = 0.03
with 0 missing judgments.

اولویت بندی عوامل زیست محیطی

Priorities with respect to:
Goal



Inconsistency = 0.05
with 0 missing judgments.

اولویت بندی معیارهای عوامل بیرونی



Inconsistency = 0.08
with 0 missing judgments.

اولویت بندی استراتژی ها



Inconsistency = 0.08
with 0 missing judgments.

Identify and prioritize the factors affecting entrepreneurship and development of agricultural businesses

Abstract

Due to the rapid growth of emerging technologies in the field of business, the importance of entrepreneurship and the creation of innovative businesses is increasing. Entrepreneurs are therefore a key element in societies that have a significant impact on productivity, innovation,

employment and economic and social growth and development. The purpose of this study is to identify and prioritize the factors affecting agricultural entrepreneurship and related businesses. For this purpose, first, by reviewing previous studies and interviewing experts in the field of entrepreneurship, agriculture and owners of agricultural businesses in Kerman province, a set of components of agricultural entrepreneurship were extracted. Then, using questionnaire tools and statistical software Excel, Spss and Expert choice, data and statistics were collected and analyzed. Finally, based on the pairwise comparison matrix, internal and external factors affecting agricultural entrepreneurship were identified and prioritized. In the following, SWOT matrix has been used to review the current situation and formulate effective strategies in this research. In this technique, strengths and weaknesses were expressed based on the internal analysis of the organization and opportunities and threats were expressed based on the analysis of the external environment of the organization. The results of the study indicate that the development of entrepreneurship requires the preparation of cultural and social contexts and contexts, cooperation of educational and research systems, administrative and financial structures and other support mechanisms. Finally, by formulating appropriate strategies, an effective step has been taken to improve entrepreneurship, develop agricultural businesses and develop the agricultural sector of Kerman province.

Keywords: Entrepreneurship, Agriculture, SWOT Analysis, Strategy.



Ministry of Science, Research and Technology
Higher Education Complex of Bam
Deputy of Research and Technology

Identify and prioritize the factors affecting entrepreneurship and development of agricultural businesses

Project Number: 705/1400/257

Maryam Ziaabadi

Copyright © 2021 by Higher Education Complex of Bam

September 2021

