

ارزیابی زیست بوم کارآفرینی کشاورزی استان ایلام (از دیدگاه کارآفرینان کشاورزی استان ایلام)

یلدا حیدرزادی

دانشجوی دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه آزاد، ایلام، ایران

حامد چهارسوقی امین*

استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی واحد ایلام، دانشگاه آزاد اسلامی، ایلام، ایران

مرجان واحدی

استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی واحد ایلام، دانشگاه آزاد اسلامی، ایلام، ایران

رویا اشراقی سامانی

دانشیار گروه مدیریت کشاورزی واحد ایلام، دانشگاه آزاد اسلامی، ایلام، ایران

چکیده

این پژوهش به روش ترکیبی و با هدف ارزیابی زیست بوم کارآفرینی کشاورزی در استان ایلام انجام شد. جامعه آماری پژوهش در بخش کیفی، شامل خبرگان و متخصصان حوزه کارآفرینی بودند که پس از انجام مصاحبه عمیق با ۳۰ نفر از آنها، داده‌ها به شیوه تحلیل محتوا و با ابزار مصاحبه گروه متمرکز گردآوری شدند. جامعه آماری در بخش کمی شامل کارآفرینان کشاورزی استان ایلام به تعداد ۲۳۰ نفر بودند که ۱۸۳ نفر از آنها به صورت سرشماری در پژوهش شرکت کردند. ابزار گردآوری داده‌ها در بخش کمی، پرسشنامه‌ای محقق‌ساخته بود که روایی محتوایی آن به کمک پنل متخصصان حوزه کارآفرینی و پایایی آن با ضریب آلفای کرنباخ تأیید شد. ساماندهی و تحلیل داده‌های کیفی پژوهش با استفاده از نرم افزار Maxqda و توصیف و واکاوی بخش کمی با نرم افزارهای SPSS و AMOS انجام پذیرفت. بر اساس نتایج بخش کیفی، هفت زیرسیستم اصلی (سیاسی، مالی، اجتماعی، انسانی، فرهنگی، حمایتی و بازار) برای کارآفرینی کشاورزی استخراج شدند. ساختار کلی مدل پژوهش بر مبنای شاخص‌های برازش، تأیید و ۶۴ درصد از واریانس کارآفرینی کشاورزی به وسیله زیر سیستم‌های مورد اشاره و نیز متغیر نگرش کارآفرینی تبیین شدند. همچنین، متغیرهای سرمایه مالی و بازار بیشترین سهم را در تبیین واریانس متغیر کارآفرینی کشاورزی داشتند.

واژه‌های کلیدی: استان ایلام، روش تحقیق آمیخته، زیست بوم کارآفرینی، کارآفرینی کشاورزی

مقدمه

در سال‌های اخیر به رغم تلاش‌هایی که در جهت توسعه کارآفرینی و خصوصی‌سازی در بخش کشاورزی انجام شده است، در عمل رشد مناسب و پایداری در زمینه توسعه کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک و متوسط در بخش کشاورزی کشور مشاهده نمی‌شود. بنابراین این سؤال مطرح می‌شود که چرا برغم اهتمام مسئولان کشور و تأکید برنامه‌های توسعه اقتصادی کشور در زمینه خصوصی‌سازی شرکت‌های دولتی و توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی، هنوز پیشرفت چشمگیری مشاهده نمی‌گردد (علی‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۵).

کارآفرینی در کشاورزی با ابداع و ترویج فناوری مناسب، افزایش اشتغال، ترغیب سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی، بهره‌برداری اثربخش از منابع، تولید و عرضه مناسب محصولات سازگار با نیاز بازار، افزایش درآمد و رونق اقتصادی نقشی حساس و مؤثر در عرصه کشاورزی کشور ایفاء می‌نماید (جهانگیری، ۱۳۹۴).

ماوندر^۱ (۲۰۰۳) بر این باور است که کارآفرینی روستایی به لحاظ ماهیت با کارآفرینی در محیط‌های شهری تفاوتی ندارد. کارآفرینی در نواحی روستایی در جستجوی ترکیب واحدی از منابع در درون و خارج از فعالیت‌های کشاورزی است. چنین چیزی می‌تواند از طریق وسعت بخشیدن به فعالیت اقتصادی کشاورزی حاصل گردد تا جایی که تمام کاربردهای غیرکشاورزی منابع موجود تحقق یابد و تحولات اساسی در کاربری زمین و سطح تولید از آنچه که در گذشته تنها مرتبط با کشاورزی بود، صورت پذیرد (صیدایی و صادقی، ۱۳۹۳).

همچنین بیدل و رحمان^۲ (۲۰۰۰) معتقدند که درک پدیده کارآفرینی در بخش کشاورزی، درک نگرش‌ها و انگیزه کشاورز را در محیط کسب و کاری متخاصم، ناگزیر می‌سازد. چرا که محیط رقابتی که کشاورزان با آن مواجه‌اند نسبت به افرادی که در بخش‌های دیگر هستند، ناملایم‌تر می‌باشد. فقدان قانون مناسب، یارانه‌ها و تعرفه‌ها می‌تواند چرخه تولید زراعی پیچیده‌ای را ایجاد کند. همین‌طور، مشوق‌های سیاسی جدید و شرایط بازار می‌تواند به صورت ناگهانی و رادیکالی (انقلابی) عرصه‌های کشاورزی را تغییر دهند.

وارن^۳ (۲۰۰۴) در بیان کارآفرینی کشاورزی، آن را تلاشی برای ایجاد تنوع تولید و رهایی از وضعیت تولید مواد خام در چرخه عرضه محصولات و حرکت به سمت تولید برای بازارهای خاص، ارائه خدمات به سایر کشاورزان و شاغلین روستایی، استفاده از ظرفیت‌های کشاورزی مزارع و واحدهای دامپروری برای جذب گردشگران و اشتغال‌زایی معرفی می‌کند. او از این نقش‌های جدید به عنوان کارکردهایی که کشاورزان برای دستیابی به پیشرفت‌های شغلی می‌توانند به آن‌ها روی آورند، نام می‌برد (موحدی و یعقوبی، ۱۳۹۱).

به‌طور خلاصه می‌توان گفت که کارآفرینی در کشاورزی به معنای به کارگیری خلاقیت و نوآوری در فعالیت‌های مرتبط به کشاورزی می‌باشد. خلاقیت عبارت است از فرایندی که طی آن و از طریق اکتشاف و یا بازترکیب منابع موجود، ایده‌های نو و مفید خلق می‌گردد. منظور از نوآوری نیز به کارگیری موفقیت‌آمیز ایده‌های نو و

³ Warren

¹ Maunder

² Beedell & Rehman

جامعی را برای تشخیص و رشد زیست‌بوم‌های کارآفرینی توسعه داد. بر اساس نظر او چنین زیست‌بومی شامل صدها عنصر است که می‌توانند در شش قلمرو اصلی زیر گروه‌بندی شوند:

- بازار (مشتری‌های اولیه و شبکه‌هایی همچون شبکه‌های کارآفرینی و شرکت‌های بین‌المللی)؛

- سیاست (شیوه‌های رهبری مستحکم و حمایت از ساختارهای دولت در قالب نهادها؛ چارچوب مقرراتی مشوق‌ها و قانون‌گذاری سرمایه‌پسند)؛

- سرمایه مالی (وام‌های خرد، تأمین بودجه سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر و سرمایه‌گذاران فرشته که سرمایه یک یا چند شرکت نوپا را فراهم می‌کنند و برخلاف یک شریک، این سرمایه‌گذار به ندرت در مدیریت شرکت دخالت می‌کند)؛

- فرهنگ (موفقیت‌های مشهود، تحمل ریسک و شکست و موقعیت اجتماعی کارآفرینان)؛

- حمایت‌ها (زیرساخت‌ها، حمایت‌های حرفه‌ای همچون قانونی و حسابداری و سازمان‌های غیردولتی)؛ سرمایه انسانی (مؤسسات آموزشی و نیروی کار).

در سال‌های اخیر، پژوهش‌های مرتبط با زیست‌بوم کارآفرینی در جهان رو به افزایش بوده است. در ایران نیز پژوهش‌های مرتبط به کارآفرینی ابتداءً از حوزه مدیریت آغاز و سپس در بین گروه‌های مختلف دانشگاهی، پژوهشگران و نهادهای علمی بسیاری رواج یافت. همچنین، سیاست‌های کلان ملی شامل قانون اساسی، سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ و سیاست‌های آن و سیاست‌های برنامه‌های توسعه، حامی کارآفرینی هستند.

مفید خلق شده به شکل تولیدات جدید، خدمات جدید و یا بازار جدید می‌باشد (غفاری و پالوج، ۱۳۹۱).

زیست‌بوم کارآفرینی می‌تواند به عنوان یک محیط فیزیکی متشکل از منابع، افراد و فضای کارآفرینانه توصیف شود، جایی که تعداد نسبتاً زیادی از عناصر، اثراتی را در ظهور و رشد کسب و کارها اعمال می‌کنند. البته تنها یک ترکیب از این عناصر وجود ندارد که زیست‌بوم کارآفرینی موفق را تشکیل می‌دهد. ممکن است ترکیب‌های بسیاری از عناصر اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی وجود داشته باشد که تلاش‌های هماهنگ برای ایجاد محیط‌های منجر به افزایش احتمال موفقیت سرمایه‌گذاری‌های جدید در کسب و کارهای نوپا به وجود آورند. این عناصر شامل شرکت‌ها، دانشگاه‌ها، آزمایشگاه‌ها، مشاورین، سرمایه‌گذاران، سازمان‌های تحقیقاتی، مؤسسات و غیره می‌باشند (اسپیگل، ۲۰۱۷؛ آمولو و میگیرو^۴، ۲۰۱۵، کوراتکو^۵، ۲۰۱۷ و علی آبادی و همکاران، ۱۳۹۵).

بر پایه اکثر مطالعات به عمل آمده در زمینه زیست‌بوم کارآفرینی، بیشتر تعاریف ارائه شده، توافق دارند که این مفهوم شامل مجموعه‌ای از عوامل مختلف بهم وابسته در درون یک ناحیه خاص است که حداقل در برگیرنده این عناصر می‌باشند: دانشگاه‌ها و سازمان‌های تحقیقاتی، منابع انسانی واجد شرایط، شبکه‌های رسمی و غیررسمی، دولت‌ها، سرمایه‌گذاران مالک، سرمایه، ارائه‌دهندگان خدمات حرفه‌ای و فرهنگ کارآفرینی که با همه این عامل‌ها به روش پویا و باز ارتباط دارد (کوهن^۶، ۲۰۰۶). در این راستا، آیزنبرگ^۷ (۲۰۱۱) نظام

^۶ Cohen

^۷ Isenberg

^۴ Amolo & Migiro

^۵ Kuratko

موجود حامی فعالیت‌های کارآفرینانه نیست و در برخی موارد حتی به صورت مانع عمل می‌کند. در بخش حمایتی، میزان سطح آگاهی کارآفرینان و رضایت آنها در رابطه با انواع سازمان‌های حمایتی (دولتی و غیردولتی) و خدمات ارائه شده از سوی آنها پایین بود. در رابطه با بازار نیز کارآفرینان کشاورزی با موانع سیاستی، فنی و اقتصادی روبرو بودند. در مجموع، اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی شهرستان کرمانشاه از وضعیت مطلوبی برخوردار نبود.

ثناگو مطلق و همکاران (۱۴۰۰) اکوسیستم کارآفرینی را در قالب چهار بُعد و ۱۲ مولفه دسته‌بندی کردند. چهار بُعد اکوسیستم شامل شبکه‌سازی (دارای مولفه‌های دانشگاه‌ها، نهادهای دولتی، سیاست)، زیرساخت‌ها (مولفه‌های فرهنگ، حمایت‌ها، آموزش، زیرساخت‌های فیزیکی و ارتباطی و ویژگی‌های محیطی)، تجاری‌سازی (مولفه‌های بازار و امور مالی) و بُعد خودکارآفرینی (مولفه‌های ویژگی شخصی و سرمایه انسانی) بود.

عزتی و همکاران (۱۳۹۹)، پژوهشی با هدف تحلیل عوامل موثر بر توسعه زیست‌بوم کارآفرینی کشاورزی بر اساس دیدگاه کارشناسان ترویجی انجام دادند. نتایج بیانگر آن بود که عامل قوانین و سیاست‌ها، عامل شناختی - فرهنگی و عامل آموزشی - ترویجی، به ترتیب بیشترین تاثیر را در توسعه زیست‌بوم کارآفرینی کشاورزی داشتند. بر این اساس، وضع قوانین و سیاست‌های حمایتی جهت توسعه واحدهای تحقیق و توسعه دولتی و غیردولتی می‌تواند زمینه‌ساز شکل‌گیری زیست‌بوم‌های موفق در حوزه کشاورزی گردد.

از نظر توجه به ابعاد زیست‌بوم کارآفرینی، برنامه چهارم در اولویت اول و سپس برنامه‌های دوم، اول، پنجم و سوم قرار داشتند. بنابراین، روند توجه به کارآفرینی در برنامه‌های توسعه دوم و چهارم کشور روندی تقریباً صعودی داشته است و در دو برنامه سوم و پنجم از شیب پایین رونده برخوردار بوده است که بیانگر کم رنگ‌تر شدن توجه به ابعاد زیست‌بوم کارآفرینی در تفکر سیاست‌گذاران می‌باشد. (قمبر علی و همکاران، ۱۳۹۵).

همچنین، نتایج مطالعه سلطانی احمدی نیز حاکی از بی‌توجهی مطبوعات و تلویزیون به مقوله کارآفرینی می‌باشد. در این راستا، توجه مطبوعات به کارآفرینی از نوع فرهنگ‌سازی نبوده و اختصاص پنج درصد از مطالب مطبوعات به مقوله‌ای که نیاز امروز کارآفرینی کشاورزی برای رسیدن به قله‌های پیشرفت، ایجاد اشتغال و تحقق ایران ۱۴۰۴ می‌باشد، کم است (سلطانی احمدی، ۱۳۹۰). در ادامه پژوهش‌های انجام شده در حوزه زیست‌بوم کارآفرینی بررسی می‌شود.

نتایج مطالعه قنبری موحد (۱۴۰۱) با عنوان واگوی اکوسیستم کشاورزی در شهرستان کرمانشاه نشان داد که در قالب زیرسیستم سیاستی، در اسناد کلان کشور به بسیاری از ابعاد اکوسیستم کارآفرینی توجه نشده است. در زیرسیستم مالی، کارآفرینان با مشکلات عدیده‌ای در تامین سرمایه مورد نیاز خود روبرو بوده‌اند. وضعیت سرمایه اجتماعی مردان کارآفرین خوب، اما میزان سرمایه اجتماعی زنان کارآفرین کم است. از بُعد سرمایه انسانی، وضعیت تحصیلی و تجربه کارآفرینان مطلوب بود، اما کارآفرینان در رابطه با برخی از شایستگی‌های کارآفرینانه، ضعیف بودند. از لحاظ فرهنگی، فرهنگ

نتایج پژوهش میثمی و همکاران (۱۳۹۶) با عنوان "ابعاد و مولفه‌های اکوسیستم کارآفرینی فناورانه در ایران" نشان داد که در مجموع، ۱۲۹ مولفه در قالب ۱۲ بُعد: بازار، فرهنگ، کارآفرین فناور، استعدادها، آموزش و پژوهش، شبکه‌ها و تعاملات، پشتیبانی، سرمایه، حاکمیت، سازمان‌ها، شرایط ویژه و زیرساخت بر اکوسیستم کارآفرینی فناورانه تأثیرگذارند.

داوری و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان "عوامل اکوسیستم کارآفرینی ایران" و بر اساس مدل آیزنبرگ نشان دادند که مجموعه عوامل‌های حمایت‌ها، سرمایه انسانی، بازارها، فرهنگ، سیاست و تأمین مالی بر کارایی یک اکوسیستم کارآفرینی تأثیرگذارند.

قمبرعلی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان "راهبرد اکوسیستم کارآفرینی: پارادایم جدید توسعه کارآفرینی" به تبیین ضرورت وجود نگاه سیستمی به مقوله کارآفرینی پرداخته و نشان دادند که اکوسیستم کارآفرینی در شش قلمرو اصلی بازار، سیاست، سرمایه مالی، فرهنگ، حمایت‌ها و سرمایه انسانی، گروه‌بندی می‌شود.

مایل و موریسون^۸ (۲۰۱۸)، عامل‌های اصلی زیست‌بوم کارآفرینی را در قالب هشت گروه اخلاقی، پشتیبانی مالی، فناوری، بازار، اجتماعی، شبکه، دولت و محیطی) دسته‌بندی نمودند.

در خصوص زیرسیستم مولفه بازار در اکوسیستم کارآفرینی مطالعاتی انجام گرفته از جمله موسی و همکاران^۹ (۲۰۱۳) در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که بازاربایی تولیدات کشاورزی به سرمایه‌گذاری قابل توجه در ارائه زیرساخت‌های کافی همچون ذخیره‌سازی خوب

موحد محمدی و همکاران (۱۳۹۸)، در پژوهشی با عنوان "مدل سرعت‌بخش رشد بوم‌سامانه کارآفرینی کشاورزی دانشگاهی از دیدگاه خبرگان کسب و کارهای نوپا" نشان دادند که عامل‌های مدل سرعت‌بخش رشد بوم‌سامانه کارآفرینی دانشگاهی آموزش عالی کشور، شامل تقویت بخش خصوصی، حمایت از کارآفرینی مولد، توسعه فرهنگ کارآفرینی، تفکر کارآفرینانه، توجه به نقش مشاوران، تأمین فضای فیزیکی، بوم‌سامانه آموزش مهارت‌های کسب و کار کشاورزی، شبکه‌سازی، چهره سیاسی بازار کشور و دسترسی به منابع مالی می‌شود.

نتایج پژوهش علیزاده و همکاران (۱۳۹۸) در راستای شناسایی مولفه‌های شکل‌دهنده اکوسیستم کارآفرینی و کسب و کارهای نوپا، به شناسایی هفت مولفه سیاست‌های توسعه کارآفرینی، مشکلات و موانع مربوط به کارآفرینان، پیش‌نیازهای موفقیت اکوسیستم کارآفرینی، ذی‌نفعان، راهکارها و ارکان توسعه اکوسیستم کارآفرینی، منجر شد.

نتایج پژوهش مؤمنی هلالی و همکاران (۱۳۹۸) با عنوان "تحلیل وضعیت اکوسیستم کارآفرینی مؤثر بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه روستایی: بینش‌هایی از یک پیمایش در میان شالیکاران چندکاره حوضه آبریز دشت هراز" نشان داد که در ارزیابی وضعیت مطلوب اکوسیستم کارآفرینی روستایی، مؤلفه بازار در اولویت اول و مؤلفه‌های تأمین مالی و سیاست در پایین‌ترین اولویت قرار گرفتند. همچنین، عمیق‌ترین شکاف بین وضعیت مطلوب و موجود به مؤلفه‌های تأمین مالی و سیاست تعلق داشت.

⁹ Muas et al

⁸ Miles & Morrion

برای توسعه کارآفرینی کشاورزی تدوین می‌شود باید همه ابعاد آن را تحت پوشش قرار دهد. به عبارت دیگر، توسعه کارآفرینی کشاورزی تنها از طریق رهیافت زیست‌بوم می‌تواند به وقوع بپیوندد. مبنای استفاده از این رهیافت، تفکر سیستمی است. تفکر سیستمی، فرآیند شناخت مبتنی بر تحلیل (تجزیه) و ترکیب در جهت دستیابی به درک کامل و جامع یک موضوع در محیط پیرامون خویش است. این نوع تفکر درصدد فهم کل (سیستم) و اجزای آن، روابط بین اجزاء و کل و روابط بین کل با محیط آن (فراسیستم) است (صیادی و صادقی، ۱۳۹۳).

استان ایلام به عنوان یکی از استان‌های کمتر برخوردار کشور، برای قرار گرفتن در مسیر توسعه نیازمند استفاده از تمام زیربخش‌های اقتصادی و از جمله بخش کشاورزی است که دارای مزیت نسبی می‌باشد. اما پیش از فعالیت‌های کارآفرینانه در بخش کشاورزی، لازم است شاخص‌های زیست‌بوم کسب و کار و کارآفرینی در این حوزه از وضعیت مناسبی برخوردار باشند. این در حالی است که استان ایلام به دلیل شرایط آب و هوایی و اقلیمی (آب و خاک مناسب) و همجواری با کشور عراق به جهت صادرات محصولات کشاورزی، سرشار از ظرفیت‌های اشتغال‌زایی در این بخش است. اما استفاده از این منابع بالقوه و مغفول مانده در استان ایلام مستلزم ایجاد تحول و ترویج فرهنگ کارآفرینی در این بخش و توسعه قابلیت‌های کارآفرینی مولدان بخش کشاورزی است. بدیهی است که این توسعه جز از مسیر ارزیابی شاخص‌های زیست‌بوم کارآفرینی در این استان محقق

و امکانات انبارداری، بسته‌بندی و صنایع تبدیلی نیاز دارد و در مقابل، زیرساخت‌های بازاریابی ناکافی اغلب منتهی به اتلاف تولید شده و درآمد اندکی را نصیب کارآفرینان کشاورزان می‌کند.

سورش و رامراج^{۱۰} (۲۰۱۲)، در قالب پژوهشی با هدف ترسیم چارچوب مفهومی از اکوسیستم مشوق افراد به شروع کسب و کار، هشت عامل: بازار، عامل اجتماعی، شبکه، حمایت اخلاقی، حمایت محیطی، دولت، مالی و فناوری موثر بر اکوسیستم کارآفرینی را شناسایی کردند. داشان و همکاران^{۱۱} (۲۰۱۰)، پژوهشی با هدف ارزیابی اکوسیستم کارآفرینی در مصر انجام دادند و به این نتیجه رسیدند که هم‌افزایی (سینرژی) بین بخش‌های مختلف اکوسیستم کارآفرینی این کشور وجود ندارد و سازمان‌های حمایتی موجود در این حوزه با یکدیگر هماهنگ نبوده و اغلب دوباره‌کاری در وظایف محوله دارند.

از آنجا که رویکرد کارآفرینی کشاورزی از نظر مفهومی، جدید بوده و بخش کشاورزی در ایران نیز چنانچه بخواهد در میدان رقابت بین‌المللی پیروز شده و جایگاهی متعالی در سال ۱۴۰۴ بین کشورهای منطقه و حتی فراتر بدست آورد، باید توسعه کارآفرینی را در سیاست‌گذاری کشاورزی مورد توجه قرار دهد (مرید سادات و همکاران، ۱۳۸۹). از سوی دیگر برای تحقق توسعه واقعی در این بخش، توسعه کارآفرینی کشاورزی نیز باید همه جانبه، کل‌نگر و پایدار بوده، به طوری که عامل‌های اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و مقرراتی به طور همزمان مورد توجه قرار گیرد. بنابراین، سیاست‌هایی که

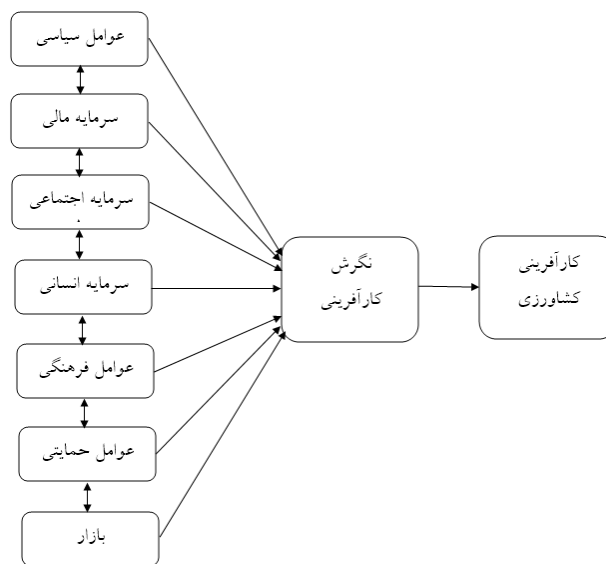
¹¹ Dashan et al

¹⁰ Suresh & Ramraj

ابعاد، مؤلفه‌ها و معرف‌های زیست‌بوم کارآفرینی در قالب ۶ مؤلفه در بُعد سرمایه انسانی، ۴ مؤلفه در بُعد سرمایه اجتماعی، ۵ مؤلفه در بُعد سرمایه مالی، ۷ مؤلفه در بُعد بازار، ۵ مؤلفه در بُعد فرهنگ، ۵ مؤلفه در بُعد سیاست و ۷ مؤلفه در بُعد حمایتی استخراج گردید. در ادامه برای طراحی مدل مفهومی این پژوهش از مدل اولیه آیزنبرگ و بخش کیفی مطالعه استفاده شد. این کار قطعاً به افزایش قدرت مدل استخراجی در تبیین زیست‌بوم کارآفرینی کشاورزی منجر می‌شود. با توجه به مرور پیشینه پژوهش و نظریه‌های ارائه شده در زمینه زیست‌بوم کارآفرینی و نیز بخش کیفی این مطالعه، مدل مفهومی پژوهش حاضر در زمینه عوامل موثر بر زیست‌بوم کارآفرینی با متغیر میانجی نگرش کارآفرینی در شکل ۱ ارائه شده است.

نخواهد شد. بنابراین، پژوهش در این موضوع و بررسی عامل‌های تأثیرگذار بر زیست‌بوم کارآفرینی کشاورزی در استان ایلام به صورت روش تحقیق آمیخته بسیار حائز اهمیت است. بر این اساس، پرسش محوری پژوهش حاضر این است که چه عامل‌هایی بر زیست‌بوم کارآفرینی کشاورزی از نظر کارآفرینان این عرصه در استان ایلام تأثیرگذار است. به طور کلی این پژوهش، به دنبال فراهم کردن بینشی عمیق در خصوص عامل‌های موثر بر زیست‌بوم کارآفرینی کشاورزی به منظور توسعه و هدایت کارآفرینی در بخش کشاورزی استان ایلام می‌باشد.

در پژوهش حاضر در قالب تحلیل محتوای متن مصاحبه‌ها، ابتدا واحدهای تحلیل تعیین و سپس فراوانی آن‌ها در اظهارات ثبت شده مورد شمارش قرار گرفت و



نگاره ۱: مدل مفهومی پژوهش

روش پژوهش

به طور کلی پژوهش حاضر، از نظر هدف کاربردی، از لحاظ میزان و درجه کنترل متغیرها، غیرآزمایشی، از نظر نحوه جمع‌آوری داده‌ها، پیمایشی و از لحاظ ماهیت، آمیخته متوالی به صورت نخست کیفی با وزن تقریباً برابر بوده و نتایج در خلال تفسیر، ترکیب شدند.

جامعه آماری در بخش کیفی، شامل خبرگان و متخصصان حوزه کارآفرینی بودند و نمونه مورد مطالعه با استفاده از راهبرد هدفمند و نمونه‌گیری گلوله برفی انتخاب شدند. معیار تعیین حجم نمونه، رسیدن به اشباع نظری بود که پس از ۳۰ مصاحبه گروه متمرکز و نیمه ساختارمند این اشباع حاصل و جمع‌آوری داده‌ها به اتمام رسید. داده‌های جمع‌آوری شده در بخش کیفی با استفاده از نرم‌افزار MAXQDA نسخه ۱۱ پردازش و به روش تحلیل محتوا، سازماندهی و تحلیل شدند.

جامعه آماری در بخش کمی شامل کلیه کارآفرینان بخش کشاورزی استان ایلام به تعداد ۲۳۰ نفر بودند که از این تعداد ۱۸۳ به عنوان نمونه در پژوهش شرکت کردند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه‌ای محقق‌ساخته حاصل از بخش کیفی پژوهش بود که روایی محتوایی (صوری) توسط اعضای هیئت علمی گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام و نیز کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی استان ایلام قرار گرفت و نظرات اصلاحی آن‌ها در پرسشنامه اعمال شد و در نهایت روایی ابزار پژوهش تأیید گردید.

برای تعیین پایایی پرسشنامه در بخش کمی، ۳۰ نفر از کارآفرینان بخش کشاورزی استان کرمانشاه به عنوان پیش‌آزمون مطالعه شدند. مقادیر ضریب آلفای کرونباخ برای نگرش کارآفرینی (۰/۷۷)، کارآفرینی کشاورزی (۰/۷۹)، عامل سیاسی (۰/۸۵)، سرمایه مالی (۰/۸۳)، سرمایه اجتماعی (۰/۸۹)، سرمایه انسانی (۰/۸۲)، عامل فرهنگی (۰/۷۸)، عامل حمایتی (۰/۹۱) و بازار (۰/۸۵) به دست آمد که نشان از مناسب بودن پرسشنامه از این نظر دارد. سنجش مفاهیم در قالب طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای (از بسیار کم تا بسیار زیاد) انجام پذیرفت و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و AMOS انجام شد و در این راستا، از آماره‌های توصیفی مانند فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار و به منظور ارزیابی زیست‌بوم کارآفرینی کشاورزی استان ایلام از تحلیل مسیر مدل ساختاری استفاده گردید.

یافته‌های پژوهش

در این بخش به یافته‌های پژوهش در دو بخش کیفی و کمی ارائه می‌شود.

بخش کیفی

در این پژوهش، دامنه سنی شرکت‌کنندگان در مصاحبه گروه متمرکز (کانونی) ۳۱ تا ۶۲ سال و میانگین سنی آن‌ها ۴۵ سال بود. ۱۸ نفر از آن‌ها دارای تحصیلات دانشگاهی و بقیه دیپلم داشتند.

جدول ۱- زیرسیستم‌ها و مؤلفه‌های زیست‌بوم کارآفرینی کشاورزی

معرف	زیر سیستم	بعد
مشارکت اجتماعی - اعتماد اجتماعی - انسجام اجتماعی	سرمایه اجتماعی	زیست بوم کارآفرینی کشاورزی
توسعه مهارت های کارآفرینی، آموزش کارآفرینی در مدارس و دانشگاه‌ها، شرکت‌های دانش بنیان، پارک علم و فناوری، مراکز رشد	سرمایه انسانی	
حمایت مالی از کارآفرینی، اعطای وام های کم بهره، تشکیل صندوق مالی، تضمین اعتبار برای کسب و کارهای نوپا، تشویق سرمایه گذاری	سرمایه مالی	
حذف دلالتان و واسطه‌ها، افزایش امکانات درج بندی و بسته بندی محصولات، تصحیح نظام قیمت گذاری، ایجاد نظام اطلاعاتی بازار، تدوین قوانین مناسب صادرات و واردات، حمایت از تولیدات داخلی، افزایش دسترسی به بازارهای داخلی و خارجی	بازار	
حمایت فرهنگی از ریسک پذیری، نوآوری و خلاقیت، تجلیل از کارآفرینان موفق، حمایت رسانه‌ای از کارآفرینی، ایجاد نگرش مثبت به کارآفرینی، اصلاحات فرهنگی برای ارزشگذاری به کارآفرین.	فرهنگی	
حمایت زیرساختی از کارآفرینی، دسترسی به اطلاعات، امنیت عمومی، حمایت یا تشکیل انجمن‌های تجاری در ارتباط با کارآفرینی، ارائه مشاوره حقوقی و مدیریتی به کارآفرینان، مالکیت معنوی، برگزاری دوره‌های آموزشی	حمایتی	
معافیت‌های مالیاتی و گمرکی، ساده‌سازی مراحل اداری، حذف موانع کارآفرینی، مشوق‌های قانونی، اصلاح قوانین و مقررات برای تسهیل فرایند کارآفرینی	سیاستی	

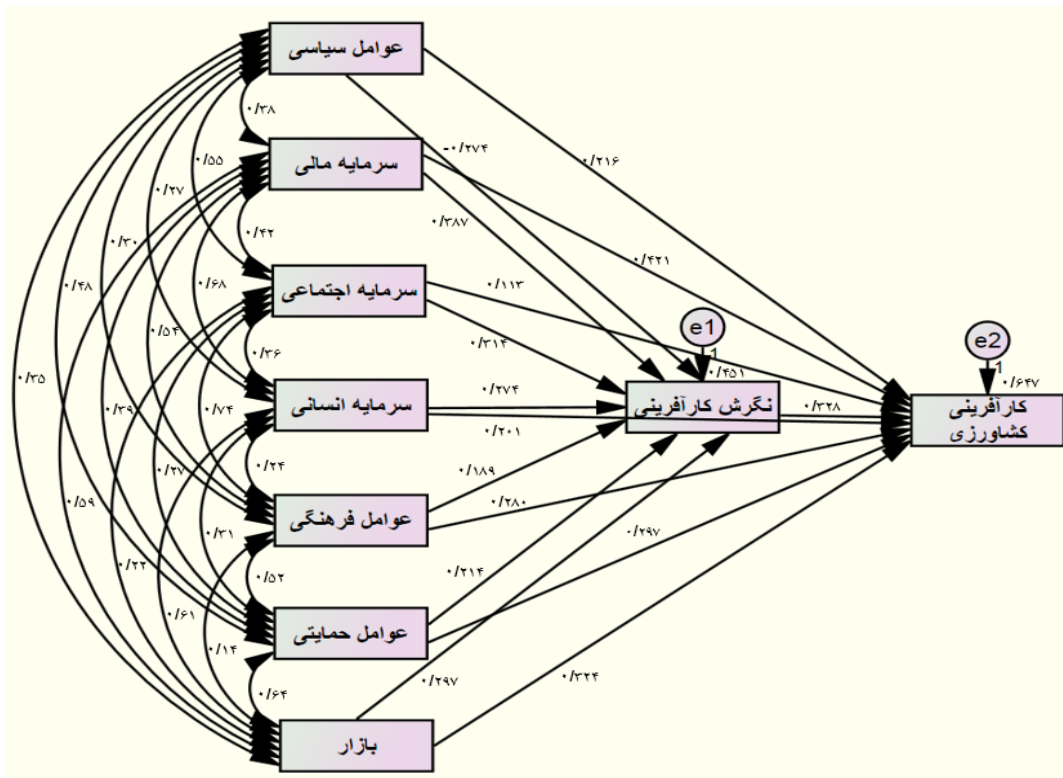
توزیع فراوانی جنسیت پاسخگویان جامعه مورد مطالعه حاکی از آن است که ۷۱/۵ درصد از آن‌ها مرد و ۱۸/۵ درصد زن بودند. میانگین سنی پاسخگویان ۴۱ سال و انحراف معیار این متغیر ۷/۱۳ بود. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب سطح تحصیلات نشان داد که ۵۲ درصد پاسخگویان دیپلم و زیردیپلم و ۴۸ درصد دیپلم به بالا هستند.

قابل یادآوری است که در این پژوهش برای استخراج تک بعد پژوهش و زیرسیستم و معرف‌ها از تحلیل محتوای مصاحبه‌ها، زیرسیستم‌های سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی، سرمایه مالی، فرهنگ، سیاست، بازار و حمایتی به عنوان مقوله‌های عام و مؤلفه‌های مرتبط با هریک از این زیرسیستم‌ها به عنوان مقوله‌های خاص تحلیل تعیین شدند.

بخش کمی

کارآفرینی کشاورزی نشان می‌دهد که ۶۴ درصد از واریانس این متغیر توسط سایر متغیرها (عامل سیاسی، سرمایه مالی، سرمایه اجتماعی، سرمایه انسانی، عامل فرهنگی، عامل حمایتی، بازار و نگرش کارآفرینی) تبیین می‌شود. همچنین، با توجه به مقادیر β ، از بین متغیرهای پژوهش، دو متغیر سرمایه مالی و بازار بیشترین تأثیر را بر متغیر وابسته پژوهش (کارآفرینی کشاورزی) داشته‌اند.

تحلیل مدل ساختاری (تحلیل مسیر) تحقیق
 در شکل ۲ مقادیر β (وزن‌های مسیر) بیانگر سهم هر متغیر آشکار در تبیین واریانس متغیر پنهان است. بر این اساس، عدد ۰/۴۵۱ در بالای متغیر میانجی‌گر مدل (نگرش کارآفرینی) بیانگر واریانس این متغیر است که به واسطه آن دسته از متغیرهایی که از آن‌ها پیکانی به طرف آن در مدل نشانه رفته است، تعیین می‌شود. به همین ترتیب، عدد ۰/۶۴۷ در بالای متغیر وابسته نهایی



شکل ۲: مدل تحلیل مسیر کارآفرینی کشاورزی با میانجی‌گری متغیر نگرش کارآفرینی

نتایج حاصل از مدل‌سازی معادلات ساختاری در جدول ۲ بیان شده است.

جدول ۲- ضرایب مسیرهای استاندارد شده اثرات مستقیم متغیرهای مدل تحقیق

مسیر	ضریب مسیر	مقدار t	سطح معنی‌داری
کارآفرینی کشاورزی ← نگرش کارآفرینی	۰,۳۲	۶,۹۴	۰,۰۰۱
عوامل سیاسی ← کارآفرینی کشاورزی	۰,۲۱	۵,۴۱	۰,۰۱
کارآفرینی کشاورزی ← سرمایه مالی	۰,۴۲	۴,۹۲	۰,۰۱
کارآفرینی کشاورزی ← سرمایه اجتماعی.	۰,۱۱	۷,۴۵	۰,۰۰۱
سرمایه انسانی ← کارآفرینی کشاورزی	۰,۲۰	۳,۳۵	۰,۰۱
عوامل فرهنگی ← کارآفرینی کشاورزی	۰,۲۸	۷,۸۱	۰,۰۰۱
عوامل حمایتی ← کارآفرینی کشاورزی	۰,۲۹	۸,۲۱	۰,۰۱
بازار ← کارآفرینی کشاورزی	۰,۳۲	۶,۳۴	۰,۰۱

برازندگی هنجار شده، نشان می‌دهد که مدل مستلزم تجدیدنظر نیست. از اینرو می‌توان نتیجه گرفت که مدل مفهومی این پژوهش از برازش مناسبی برخوردار است به این معنی که متغیرهای آشکار مدل به خوبی توانسته‌اند متغیرهای پنهان را اندازه‌گیری کنند. بنابراین، الگوی نهایی پژوهش مورد تأیید قرار گرفت (جدول ۳).

در قالب توضیح مهم‌ترین شاخص‌های برازندگی مدل پژوهش، نسبت کای اسکوئر به درجه آزادی (CMIN/DF)، ۴/۰۲ است که دلالت بر مطلوب بودن مدل ساختاری پژوهش دارد. همچنین ریشه میانگین مجذورات خطای برآورد (RMSEA) ۰/۰۲ است که قابل قبول بودن مدل از این نظر نیز تأیید می‌شود. شاخص توکر - لوئیس (TLI) با مقدار ۰/۹۷ ضمن تأیید شاخص

جدول ۳- معیارهای برازش مدل پژوهش

نوع شاخص	معیار برازش مدل	مقدار	حد قابل قبول	نتیجه
	سطح معنی داری (P)	۰,۰۰۰	کمتر از ۰/۰۵	قابل قبول
شاخص‌های مطلق (برازندگی مدل)	نسبت کای اسکوئر به درجه آزادی (CMIN/DF)	۴/۰۲	بین ۱ تا ۵	قابل قبول
	ریشه میانگین مجذورات خطای برآورد (RMSEA)	۰/۰۲	۰/۱۰ به پایین	قابل قبول
	شاخص نیکویی برازش (GFI)	۰/۹۴	۰/۹۰ به بالا	قابل قبول
	شاخص نیکویی برازش اصلاح شده (AGFI)	۰/۹۳	۰/۹۰ به بالا	قابل قبول
	شاخص برازش اصلاح شده (NFI)	۰/۸۷	نزدیک به یک	قابل قبول
	شاخص توکر - لوئیس (TLI)	۰/۹۷	۰/۹۰ به بالا	قابل قبول
شاخص‌های نسبی	شاخص برازندگی فزاینده (IFI)	۰/۹۸	۰/۹۰ به بالا	قابل قبول
	شاخص برازندگی تطبیقی (CFI)	۰/۹۳	۰/۹۰ به بالا	قابل قبول
	شاخص برازش نسبی (RFI)	۰/۷۵	۰/۶۰ به بالا	قابل قبول
	شاخص برازش تطبیقی مقتصد (PCFI)	۰/۸۸	۰/۶۰ به بالا	قابل قبول
	شاخص برازش هنجار شده مقتصد (PNFI)	۰/۸۹	۰/۶۰ به بالا	قابل قبول

نتیجه گیری و پیشنهادها

در این پژوهش به ارزیابی زیست بوم کارآفرینی کشاورزی پرداخته شد. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که نگرش کارآفرینی بر مقوله کارآفرینی کشاورزی دارای اثر مثبت است. از اینرو اگرچه کارآفرینان ارزش‌ها و باورهایی متمایز از افراد جامعه دارند، ولی نگرش این افراد نسبت به کارآفرینی متأثر از عامل‌های مختلف و از جمله فرهنگ حاکم بر جامعه است. بنابراین، فرهنگ هر جامعه می‌تواند به طور جدی بر میزان روحیه کارآفرینی افراد تأثیر بگذارد. جامعه‌ای که شأن بالاتری به افراد کارآفرین می‌دهد، بیشتر احتمال دارد به تشویق روحیه کارآفرینی منتهی شود. فرهنگ کارآفرینی آن است که از نگرش اجتماعی مثبت نسبت به رهیافت کارآفرینانه حمایت می‌کند. فرهنگ کارآفرینانه قوی، اساس اقتصادی پویا است و افراد جوان

را به سمت حرفه‌ای در تجارت هدایت می‌کند و از طریق توسعه مهارت‌های ضروری به آن‌ها کمک می‌کند. فرهنگ کارآفرینانه قوی به معنی تحمل بیشتر برای شکست و پذیرش نقش حیاتی کارآفرینان در ایجاد مشاغل جدید می‌باشد. به طور کلی، تمایلات فرهنگی مثبت به سمت خودابتنکاری، استقلال، نوآوری و تلاش‌های فردی بر درک مطلوبیت و در نتیجه نیات و انگیزه‌های کارآفرینانه اثر دارند (موحدی و یعقوبی، ۱۳۹۱). همچنین، یافته‌ها حاکی از آن است که عامل سیاسی بر روی کارآفرینی کشاورزی دارای اثر مثبت و معنی داری است. نتایج این بخش از پژوهش با نتایج تحقیقات موحد محمدی و همکاران (۱۳۹۸)، مومنی هلالی و همکاران (۱۳۹۸)، میثمی و همکاران (۱۳۹۶)، داوری و همکاران (۱۳۹۶) و قمبرعلی و همکاران (۱۳۹۳) همسو است. لذا دولت باید اعتمادسازی را در

افزایش دسترسی کارآفرینان به سرمایه مالی به آموزش و اطلاعات در این زمینه توجه شود. و در این راستا، آموزش و مشاوره‌هایی در قالب سمینار و کارگاه‌های آموزشی برای کارآفرینان در زمینه چگونگی یافتن محل اعطای اعتبارات، چگونگی دسترسی به آن، نحوه استفاده از این اعتبارات و راهبردهای مذاکره با بانک‌ها ارائه گردد.

نتیجه این مطالعه نشان داد که سرمایه اجتماعی بر روی کارآفرینی کشاورزی دارای اثر مثبت و معنی‌دار است. این نتیجه با نتایج تحقیقات موحد محمدی و همکاران (۱۳۹۸)، مومنی هلالی و همکاران (۱۳۹۸)، میثمی و همکاران (۱۳۹۶)، داوری و همکاران (۱۳۹۶) و قمبرعلی و همکاران (۱۳۹۳) همخوانی دارد. در این راستا پیشنهاد می‌شود بستر مناسب جهت بهره‌برداری کارآفرینان از سرمایه اجتماعی از راه ایجاد روابط بین کارآفرینان با هم‌تایان و مشتریان در قالب تشکیل انجمن‌ها و تشکل‌های کارآفرینی فراهم شود. همچنین، با ایجاد شبکه‌های اجتماعی مؤثر بین کارآفرینان و افزایش میزان تعامل و اعتماد بین آن‌ها به پررنگ شدن ابعاد سرمایه اجتماعی در جامعه کارآفرینان کمک شود.

نظر به این که سرمایه انسانی بر روی کارآفرینی کشاورزی دارای اثر مثبت و معنی‌دار است و این یافته با نتایج تحقیقات موحد محمدی و همکاران (۱۳۹۸)، مومنی هلالی و همکاران (۱۳۹۸)، میثمی و همکاران (۱۳۹۶)، داوری و همکاران (۱۳۹۶) و قمبرعلی و همکاران (۱۳۹۳) همسو است، لذا پیشنهاد می‌شود که کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی در جهت تقویت شایستگی‌های توسعه راهبرد، سازماندهی و رهبری برگزار شود، به طوری که کارآفرینان بتوانند به

عرصه کسب و کار نهادینه کند و در این زمینه نه تنها باید حساب شده و هوشمندانه عمل کرده و قبل از هر اقدامی پیامدها و برون‌دادهای مثبت و منفی آن را بر سرمایه اجتماعی ارزیابی نماید؛ بلکه لازم است همواره محیط اجتماعی اعتماد سازی را فراهم آورد که اعتمادپذیری، تمایل به حفظ قول و قرارها، تمایل به همکاری و همیاری و وارد شدن در شبکه‌های اجتماعی را برای اعضای جامعه سودمند و معنادار سازد. همچنین، تقویت احساس امنیت میان سرمایه‌گذاران می‌تواند از راه برنامه‌ریزی در جهت اصلاح موانع نهادی سرمایه‌گذاری محقق گردد، به طوری که سرمایه‌گذاران و اصحاب کسب و کار «احساس» خوشایندی از وضعیت عمومی کشور داشته باشند و دولت را به عنوان یک دولت کارآمد و قابل اعتماد بپذیرند. همچنین، با توجه به این که کسب و کارهای نوپا اغلب توانایی کمی برای رقابت با محصولات مشابه خارجی دارند، حمایت دولت از محصولات داخلی می‌تواند باعث رونق بنگاه‌های تولیدی شود.

بر اساس نتایج این پژوهش، سرمایه مالی بر روی کارآفرینی کشاورزی دارای اثر مثبت و معنی‌داری می‌باشد. نتایج این بخش از پژوهش با یافته‌های تحقیقات موحد محمدی و همکاران (۱۳۹۸)، مومنی هلالی و همکاران (۱۳۹۸)، میثمی و همکاران (۱۳۹۶)، داوری و همکاران (۱۳۹۶)، قمبرعلی و همکاران (۱۳۹۳) و سورش رامراج (۲۰۱۲) همخوانی دارد. از این‌رو به استفاده از رهیافت وام‌های گروهی پیشنهاد می‌شود تا از این راه هم مشکل فقدان وثیقه برای کارآفرینان حل گردد و هم بانک‌ها بتوانند به سرمایه‌گذاری خود مطمئن باشند. همچنین، در کنار

مشاوره‌ای راه‌اندازی کسب و کار از جمله پیشنهادهای این یافته است. قابل یادآوری است که مرکز خدمات تک ایستگاهی، شرکت یا محلی است که خدمات بسیاری را به یک مشتری ارائه می‌دهد و با دایر شدن چنین مراکزی برای متقاضیان راه‌اندازی کسب و کار می‌توان امور ثبت شرکت، درخواست مجوزها و تسهیلات را از طریق این مراکز در یک مکان انجام داد. همچنین، وجود شرکت‌هایی که در زمینه‌های مورد نیاز برای راه‌اندازی کسب و کار مشاوره تخصصی ارائه می‌دهند می‌تواند موجبات تسریع در فرایند راه‌اندازی فراهم آورده و از تکرار اشتباهات رایج در این فرایند جلوگیری کند. در آخرین یافته این پژوهش تاثیر مثبت و معنی‌دار بازار بر روی کارآفرینی کشاورزی قابل مشاهده است. این نتیجه با یافته‌های موحد محمدی و همکاران (۱۳۹۸)، مومنی هلالی و همکاران (۱۳۹۸)، میثمی و همکاران (۱۳۹۶)، داوری و همکاران (۱۳۹۶)، قمبرعلی و همکاران (۱۳۹۳) و سورش رامراج (۲۰۱۲) همخوانی دارد. بر این اساس، ایجاد شبکه‌های توزیع جدید برای کسب حداکثر سود از کانال توزیع موجود، پرداخت وام‌های کوتاه‌مدت با بهره کم به کارآفرینان کشاورزی به منظور ترغیب آنان به بازاریابی محصولات تولیدی و حذف واسطه‌ها و دلالتان و بهره‌مندی بیشتر تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان از منافع حاصل، پیشنهاد می‌گردد. همچنین، استقرار مراکز مشاوره‌ای در سطح روستا جهت آگاهی کارآفرینان کشاورزی از موجودی و قیمت‌های بازار و دستیابی آن‌ها به قیمت مناسب، از دیگر توصیه‌های این قسمت است.

سازماندهی منابع انسانی، فیزیکی، مالی و فنی خود پرداخته و کارکنان خود را به خوبی هدایت نمایند و راهبردهایی را توسعه دهند که به آن‌ها اجازه می‌دهد که فرصت‌های تشخیص داده شده را به نتایج سودمند تبدیل کنند. نتایج این پژوهش نشان داد که عامل فرهنگی بر روی کارآفرینی کشاورزی دارای اثر مثبت و معنی‌داری است این یافته پژوهش حاضر نیز با نتایج تحقیقات معتمدی نیا و همکاران (۱۴۰۰)، موحد محمدی و همکاران (۱۳۹۸)، مومنی هلالی و همکاران (۱۳۹۸)، میثمی و همکاران (۱۳۹۶)، داوری و همکاران (۱۳۹۶) و قمبرعلی و همکاران (۱۳۹۳) همخوانی دارد. از این رو پیشنهاد می‌شود که با ترویج کارآفرینی و افزایش منزلت اجتماعی کارآفرینان از طریق برنامه‌های صدا و سیما در انتقال مفاهیمی از کار و خلاقیت، چهره‌سازی مثبت از کارآفرینان، معرفی مصادیق کارآفرینی ایران، بازتاب دیدگاه چهره‌های برجسته کشور در زمینه کارآفرینی و طرح شاخص‌های اسلامی مرتبط و تقویت زمینه کارآفرینی در فیلم‌ها و سریال‌ها اقدام موثری صورت پذیرد.

عوامل حمایتی بر روی کارآفرینی کشاورزی دارای اثر مثبت و معنی‌دار است. نتایج این بخش از پژوهش با نتایج تحقیقات موحد محمدی و همکاران (۱۳۹۸)، مومنی هلالی و همکاران (۱۳۹۸)، میثمی و همکاران (۱۳۹۶)، داوری و همکاران (۱۳۹۶) و قمبرعلی و همکاران (۱۳۹۳) همسو است. از این رو ایجاد مراکز ارائه خدمات تک ایستگاهی برای انجام رویه‌های قانونی و اداری مربوط به همه مراحل راه‌اندازی کسب و کار و نیز توسعه بانک‌های اطلاعاتی و شرکت‌های خدمات

منابع

- ثناگو مطلق، ن؛ موسی خانی، م؛ سخدری، ک؛ و رحمانی، ح. (۱۴۰۱). شناسایی مولفه‌های اکوسیستم کارآفرینی: مطالعه‌ای بر پژوهش‌های ملی، بین‌المللی و سیاست‌های منطقه ویژه، خط مشی‌گذاری، ۱۲ (۴۱)، صص ۲۶-۲.
- داوری، ع؛ سفیدبری، ل؛ و باقری، ص. (۱۳۹۶). عوامل اکوسیستم کارآفرینی ایران بر اساس مدل آیزنبرگ، توسعه کارآفرینی، ۱۰(۱): صص ۱۰۱-۱۲۰.
- صدیایی، ا؛ و صادقی، ح. (۱۳۹۳). کارآفرینی و برنامه ریزی توسعه روستایی. اصفهان. نشر دارخوین. صص ۲۴۲-۱.
- طغرابی، م؛ و رضوانی، م. (۱۳۹۱). ننگاشت مفهومی سرمایه اجتماعی در فعالی‌های بازاریابی کارآفرینانه شرکت‌های کوچک، تحقیقات بازاریابی نوین، ۲(۶): صص ۱۰۶-۸۷.
- عزتی، ن؛ امیدی نجف آبادی، م؛ و میردامادی، م. (۱۳۹۹). تحلیل عوامل موثر بر توسعه زیست‌بوم کارآفرینی کشاورزی بر اساس دیدگاه کارشناسان ترویجی، ۷(۳)، صص ۵۰-۳۵.
- علیزاده، ن؛ نیکویی، ع؛ و مختاری، ح. (۱۳۹۸). تحلیل محتوای مولفه‌های تشکیل دهنده اکوسیستم کارآفرینی، کارآفرینی در کشاورزی، ۵ (۴): صص ۱۰۴-۸۹.
- علی آبادی، و؛ عطایی، پ؛ و موحدی، ر. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر تفکر استراتژیک و سرمایه اجتماعی بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در بین جوانان روستایی (مطالعه موردی: شهرستان کنگاور). پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، ۵(۲): صص ۹۵-۱۱۰.
- غفاری، غ؛ و پالوج، م. (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی، انسانی و فیزیکی با ارزش محصولات کشاورزی و دامی در بخش روستایی استان اصفهان، اقتصاد کشاورزی و توسعه، ۷۹، صص ۲۱۰-۱۸۷.
- قنبری موحد، ر. (۱۴۰۱). واکاوی اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی در شهرستان کرمانشاه. مجله پژوهش‌های کارآفرینی، ۱(۱)، صص ۸۶-۶۷.
- قمبرعلی، ر؛ آگهی، ح؛ علی بیگی، ا؛ و زرافشانی، ک. (۱۳۹۵). واکاوی محتوای سیاست‌ها در تطابق با ابعاد اکوسیستم کارآفرینی. توسعه کارآفرینی ۹ (۱)، صص ۵۸-۳۹.
- موحدی، رو یعقوبی، ا. (۱۳۹۱). درآمدی بر کارآفرینی روستایی. دانشگاه بوعلی سینا، همدان.
- موحد محمدی، ح؛ معتمدی نیا، ز؛ علم بیگی، ا؛ و مهدی زاده، ح. (۱۳۹۸). مدل سرعت بخش رشد بوم سامانه کارآفرینی کشاورزی دانشگاهی از دیدگاه خبرگان کسب و کارهای نوپا، پژوهش‌های مدیریت آموزش کشاورزی، ۵۰، صص ۵۹-۴۰.
- میثمی، ا؛ محمدی الیاسی، ق؛ مبینی دهکردی، ع؛ و حجازی، ر. (۱۳۹۶). ابعاد و مولفه‌های اکوسیستم کارآفرینی فناورانه در ایران. مدیریت توسعه فناوری، ۵(۳)، صص ۹-۴۲.
- مومنی هلالی، ه؛ صدیقی، ح؛ چیدری، م؛ و عباسی، ع. (۱۳۹۸). تحلیل وضعیت اکوسیستم کارآفرینی مؤثر بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه روستایی: بینش‌هایی از یک پیمایش در میان شالیکاران چندکاره حوضه آبریز دشت هراز. علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران، ۱۵(۲)، صص ۱۶۷-۱۸۶.
- Amolo, J., and Migiros, S. O. (2015). An entrepreneurial flair development: the role of an ecosystem. *Problems and Perspectives in Management*, 13 (2): 494-505.
- Beedell, J., and Rehman, T. (2000). Using social-psychology models to understand farmers' conservation behaviour. *Journal of Rural Studies*, 16 (1): 117-127.
- Cohen, B. (2006). Sustainable valley entrepreneurial ecosystems. *Business Strategy and the Environment*, 15(1): 1-14.
- Dahshan, M., Tolba, A., and Badreldin, T. (2010). Enabling entrepreneurship in Egypt: toward a sustainable dynamic model [pdf] Cairo:EntrepreneursBusiness Forum-Egypt.
- Hosseini., S. M., Roosta, K., Zamanipour. A., Teimoori. M. (2017). Farmers' Perception of Drought Consequences by

- Miles, M., and Morrison, M. (2018). An effectual leadership perspective for developing rural entrepreneurial ecosystems, *Small Business Economics*, 4(6): 933–949.
- Mirdamadi, S. M., Teimouri, M., Teimouri, M. & Mostafaei, M. E. (2016). Effective mechanisms to promote women participation in training courses in Isfahan county. *Journal of Research & Rural Planning*, 5(2), 1-13
- Musa, Y. N, Reuben, J., and Magaji, I. Y . (2013). Problems associated with agricultural produce marketing in Nigeria: the experience of milled rice women marketers from southern Taraba State, Nigeria. *Journal of Agricultural and Environmental Management*, 2 (1): 022-026
- Spigel, B. (2017). The relational organization of entrepreneurial ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1): 49-72.
- Suresh, J., and Ramraj, R. (2012). Entrepreneurial ecosystem: case study on the influence of environmental factors on entrepreneurial success, *European Journal of Business and Management*, 4(16): 95-101.
- Phenomenological Approach (Case study: South Khorasan Province), *Agricultural Extension and Education Research*, 9 (4): 59-70.
- Isenberg, D. (2011). The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: principles for cultivating entrepreneurship. *Presentation at the Institute of International and European Affairs*, May 12, 2011, Dublin Ireland. Available on line at <http://entrepreneurialrevolution.com/>. 1-32.
- Jamshidi. A, Teimoori, M and Jamshidi, M (2012), Analysis of factors affecting land fragmentation in Shirvan Chardavol County, and provision of appropriate reorganizing mechanisms, *Iranian Journal of Agriculture economics and development Research.*, Vol. 42, No. 3, 367-378 ref. 32.
- Kuratko, D. F., Fisher. G., Bloodgood. J. M., and Hornsby. J. S. (2017). The paradox of new venture legitimation within an entrepreneurial ecosystem. *Small Business Economics*, 49: 119–140.