

توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه شناسایی موانع

کشاورزی از دیدگاه کارشناسان جهاد کشاورزی شهرستان کرمانشاه

نویسنده اول: نادر نادری

استادیار دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی کرمانشاه

Nadderi_ksh@yahoo.com

نویسنده دوم: هدا نجف پور

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه – ایران

hnajafpour@chmail.ir

نویسنده سوم: زهرا یوسفی

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه – ایران

نویسنده چهارم: حامد دست نشان

کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ابهر – ایران

Dastneshan64@gmail.com

چکیده

توسعه کارآفرینی نقش بسیار مهمی در توسعه اقتصادی - اجتماعی کشورهای مختلف ایفا می کند و می تواند بسیاری از مشکلات این کشورها را برطرف سازد. پژوهش حاضر با هدف شناسایی موانع توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه کشاورزی در شهرستان کرمانشاه به انجام رسیده است. این پژوهش از نظر شیوه گردآوری داده ها، از نوع پژوهش های توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری آن را کلیه کارشناسان مراکز جهاد کشاورزی، خدمات مشاوره ای و فنی مهندسی کشاورزی شهرستان کرمانشاه تشکیل داده اند (۲۵۷ نفر). براساس جدول مورگان - کرجسی تعداد ۱۵۷ نفر از آنها برای انجام تحقیق انتخاب شدند. ابزار جمع آوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته بود که روایی آن بر اساس نظرات برخی از اساتید دانشگاه رازی تأیید گردید. برای تعیین پایایی پرسشنامه از آزمون ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید که مقدار آن ۰.۷۹ بدست آمد. به منظور تحلیل داده ها از تحلیل عاملی استفاده شد. یافته های پژوهش نشان دهنده آن بود که در مجموع حدود ۶۵/۵۲۴ درصد واریانس موانع توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه کشاورزی در شهرستان کرمانشاه را پنج مانع مربوط به بازار، فضا وبستر کارآفرینی، تولید، اداری و عوامل طبیعی تبیین می کنند.

واژه های کلیدی: کارآفرینی کشاورزی، اشتغال روستاییان، توسعه کشاورزی، موانع توسعه کشاورزی

مقدمه

امروزه کارآفرینی مانند هر راهبردی مناسب برای توسعه بخش کشاورزی و گذر از چالش های مربوط، همانند پایداری، سودآوری و بهره وری مطرح است (نینگولن، ۲۰۰۳). در عصر حاضر به دلیل پیشرفت های علمی و فنی و بازنمایی های ذهنی بشر، کره زمین به دهکده جهانی مبدل شده است. از آنجا که شبکه های ارتباطی، بازارهای گوناگون تولید و عرضه خدمات را در سطح ملی، منطقه ای و جهانی به یکدیگر وصل ساخته و کلید ورود به این بازارهای جهانی را رقابت پذیری دانسته اند، نه تنها کشورها، بلکه کلیه نهادها و افراد باید دائماً قابلیت های رقابت پذیری و سازگاری خود را افزایش دهند. برای دستیابی به این مهم پرورش ایده های خلاق و کارآفرینانی که بتوانند خود را پیوسته با دنیای جدید هماهنگ و سازگار کنند، ضروری به نظر می رسد (سعیدی کیا، ۱۳۸۲). با توجه به مشکل بیکاری در جهان، امروزه برنامه ریزان به دنبال راه کارهایی هستند که این مشکل را تا حدودی کاهش دهند. به طوری که به نظر می رسد پرورش افراد کارآفرین و تفکر خوداشتغالی به عنوان راه حل های مقتضی از طرف سیاست گذاران و مدیران اقتصادی مورد توجه قرار گرفته است (احمدپورداریانی، ۱۳۸۳). در خصوص دلیل پرداختن به کارآفرینی در فرآیند توسعه پایدار بخش کشاورزی، به همسویی دستاوردها و پیامدهای مورد انتظار از کارآفرینی کشاورزی با آرمان ها و اهداف توسعه پایدار کشاورزی می توان اشاره کرد. علاقه به کارآفرینی در کشاورزی به سرعت در حال افزایش است و جوامع روستایی، معتقدند رشد اقتصادی از طریق کارآفرینی اتفاق می افتد (پارسل و اسکات، ۲۰۰۳). بی تردید همانگونه که انقلاب سبز توانست با دستاوردها و پیامدهای قابل ملاحظه (عوارض جانبی ناپسود) در نوع خود تحولی چشمگیر را در توسعه بخش کشاورزی در سطح جهان در پی داشته باشد، در صورت برنامه ریزی راهبردی و تأمین ملزومات مربوط، که در قالب نظام کارآفرینی کشاورزی قابل تبیین است، توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی نیز می تواند مانند نیرویی برای توسعه ی این بخش عمل کند و در نقش انقلابی دیگر در کشاورزی کشورهای در حال توسعه، البته با مختصات خاص خود، تحت عنوان انقلاب کارآفرینی و کسب وکار در بخش کشاورزی یا انقلاب کارآفرینانه کشاورزی تبلور یابد (شریف زاده و همکاران، ۱۳۸۷). اگرچه کارآفرینی در کشاورزی در اصل و ماهیت خود تفاوتی با کارآفرینی در نواحی شهری یا سایر بخش های اقتصادی ندارد، اما در واقع دروندادهای مورد نیاز برای

توسعه کارآفرینی مانند سرمایه، مدیریت، آموزش، فناوری، مؤسسات و نهادها، زیر ساخت های حمل و نقل، دسترسی به بازار، شبکه توزیع و نیروی کار ماهر در شهرها و مناطق صنعتی و خدماتی راحت تر از مناطق

1. parcel & sykuta

روستایی و

کشاورزی یافت می شود (پترین^۲، ۱۹۹۴). بی شک گذر از مسائل و چالش ها و ایفای نقش مؤثر تحقیقات کشاورزی در فرآیند توسعه پایدار بخش کشاورزی نیازمند تدوین راهبردها و اولویت های مناسب و شناسایی موانع است (پیتی وای^۳، ۲۰۰۷). نظام تحقیقات کشاورزی در کشورهای مختلف می بایست اهداف معینی را دنبال نمایند تا بتوانند رسالت خویش را به انجام رسانند. با توجه به اینکه مراکز مؤسسات تحقیقاتی از منابع و ظرفیت های کافی برای پیگیری همزمان اهداف مختلف برخوردار نیستند و در عین حال تحقیق با اهداف مختلف از اهمیت و اولویت متفاوتی برخوردار است. به گواه تحقیقات پیشین هرگونه سیاست گذاری و اقدام مقتضی برای تسهیل و حمایت از توسعه کسب کارهای کشاورزی نیازمند شناسایی موانع و پیشروی فعالان حوزه کسب و کار در بخش کشاورزی است و تحقیق حاضر نیز در همین راستا و با هدف شناسایی موانع پیش روی توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه کشاورزی در شهرستان کرمانشاه از دیدگاه کارشناسان جهاد کشاورزی می باشد.

اهداف پژوهش:

هدف کلی این پژوهش بررسی موانع و مشکلات توسعه کسب و کارهای کارآفرینی کشاورزی مراکز خدمات کشاورزی شهرستان کرمانشاه

فرضیه های پژوهش:

- ۱- موانع محیطی بر توسعه کسب و کار کارآفرینانه کشاورزی تأثیر مثبت و معنی داری دارد.
- ۲- موانع تولیدی بر توسعه کسب و کار کارآفرینانه کشاورزی تأثیر مثبت و معنی داری دارد.
- ۳- موانع اداری بر توسعه کسب و کار کارآفرینانه کشاورزی تأثیر مثبت و معنی داری دارد.
- ۴- موانع مربوط به بازار بر توسعه کسب و کار کارآفرینانه کشاورزی تأثیر مثبت و معنی داری دارد.
- ۵- موانع طبیعی (سیل، زلزله و...) بر توسعه کسب و کار کارآفرینانه کشاورزی تأثیر مثبت و معنی داری دارد.

مروری بر ادبیات و پیشینه تحقیق

مفهوم کارآفرینی در بخش های کشاورزی، صنعت و خدمات از نظر بنیادی شبیه به هم می باشند. بنابراین، کارآفرینی در کشاورزی به معنای به کارگیری خلاقیت و نوآوری در فعالیتهای مرتبط با کشاورزی می باشد. براساس نتایج اخذ شده بسیاری از مطالعات به طور کلی یکی از عوامل مؤثر بر توسعه کشاورزی و روستایی، توسعه کارآفرینی در کشاورزی و روستا است. نظریات مکاتب اقتصادی مختلف نسبت به کشاورزی:

مکتب فیزیوکرات ها: چون در زمان رشد و توسعه مکتب فیزیوکرات ها، کشاورزی در فرانسه خودکفا بود و حتی بیش از محصول مورد نیاز کشور، تولیدات کشاورزی به بازار عرضه می شد، کارآفرینی آن زمان بر مطالبی که بتواند کشاورزی را رواج دهد، تأکید داشت و وقتی این مکتب با این ریشه های فرهنگی به سایر کشورهای در حال صنعتی شدن گسترش یافت، در وهله اول کشاورزی را با نوآوری کارآفرینی در هم آمیخت، ولی به تدریج که کشورهای اروپایی، صنعتی شدن را پیش روی خود دیدند، نظریه پردازان انگلیسی و سپس فرانسوی، توجه

2 . Petrin

3 . Pittaway



خود را به صنعت و نوآوری در آن معطوف ساختند ([پایدار و همکاران، ۱۳۸۷](#)). مکتب کلاسیک ها: در این مکتب در کشاورزی ماشین آلات متعددی اختراع شد که موجب تغییر در روش تولید و در نتیجه افزایش میزان محصولات کشاورزی گردید. اجرای روشهای جدید تولید در کشاورزی نیاز بدان داشت تا میزان سرمایه افزایش یابد و مزارع کوچک به مزارع بزرگتر تبدیل شود. این جریان دو نتیجه مهم به بار آورد: اول، با پیدایش ابزار و شیوه های نوین کشاورزی احتیاج به نیروی کار در بخش کشاورزی برای تغذیه جمعیت روبه رشد غیر کشاورز کاهش یافت. دوم، شیوه های جدید، کارگران را از مزرعه خارج ساخت و به عنوان نیروی کار مورد نیاز به بخش صنعت گسیل داشت ([تفضلی، ۱۳۷۵](#)). نگرش تاریخی به کشاورزی در جوامع مختلف فرانسه: فرانسه با ۳۵/۸ میلیون هکتار زمین قابل کشاورزی که بیش از ۶۵ درصد خاک این کشور را شامل می گردد، اولین کشور زراعی در اتحادیه اروپا محسوب می شود. تولیدات اصلی کشاورزی آن، گندم، ذرت، شکر، شراب، فرآورده های لبنی، میوه و سبزیجات، احشام و فرآورده های گوشتی است. کشاورزی در فرانسه ۳/۶ درصد از جمعیت فعال این کشور را به اشتغال گرفته است و از آنجا که کشاورزی در چارچوب سیاست زراعت مشترک مدرنیزه شده است، از میزان نیروی کار کارگری کاسته شده است. طبق آمار سال ۲۰۰۶، تعداد ۷۵۱۰۰۰ نفر در بخش کشاورزی این کشور مشغول به کارند. در سال ۱۹۹۸، این میزان معادل ۴/۷ کارگر برای هر هکتار بود. ایجاد اصلاحات در چارچوب سیاست زراعت مشترک که توسط وزرای کشاورزی اتحادیه اروپا در ۲۶ ژوئن ۲۰۰۳ به تصویب رسید از ژانویه ۲۰۰۶ در فرانسه به مرحله اجرا گذاشته شد. این اصلاحات سبب ایجاد تحول و رقابت جهت ارتقا کشاورزی با رعایت و احترام به مسائل زیست محیطی می شود. بطور کلی بخش کشاورزی اهمیت اساسی را برای اقتصاد فرانسه دارد. کشاورزی فرانسه پس از جنگ جهانی دوم بسیار مدرنیزه و سرمایه بر شده است و در حال حاضر فرانسه یکی از تولیدکنندگان عمده محصولات کشاورزی بعد از آمریکا می باشد ([فرانسه، دفتر مطالعات سیاسی و بین المللی، ۱۳۸۷](#)). لهستان: ۱۶/۱ درصد نیروی کار لهستان در بخش کشاورزی مشغول به کار هستند. اما این بخش تنها ۴/۱ درصد در تولید ناخالص داخلی نقش دارد که نشانگر بهره وری کم این بخش نسبت به سایر بخش های اقتصادی است. طی دهه های گذشته به ویژه دوران حاکمیت کمونیستی برخلاف صنعت، بخش اعظم کشاورزی لهستان در دست بخش خصوصی بوده است. هم اکنون بیش از دو میلیون قطعه زمین کشاورزی با مالکیت خصوصی در این کشور وجود دارد که ۹۰ درصد کل زمین های کشاورزی و به همان نسبت تولیدات کشاورزی را در این کشور به عهده دارند. لهستان بزرگترین تولیدکننده سیب زمینی و گندم سیاه و یکی از بزرگترین تولیدکنندگان شکر از چغندر قند در دنیا محسوب می شود ([لهستان، دفتر مطالعات سیاسی و بین المللی، ۱۳۸۷](#)).

نگرش تاریخی به کشاورزی در ایران:

دوره اشکانیان: در ایران نیز همانند سایر کشورهای شرق باستان، روستاییان در امر تولید کشاورزی نقش عمده ای داشتند. اسناد اورامان کردستان، دلالت به انعقاد قراردادهایی دارد درباره فروش تاکستان به کشاورزان که ملک مطلق آن ها محسوب خواهد شد. محتویات این اسناد حاکی استنتاج های مهم تاریخی است. با آنکه کشاورز در آن عصر آزاد بوده و حق نقل و انتقال داشته اما آزادی و استقلال وی محدود بوده است. کشت و زرع کشاورز در روی زمینی که متعلق به او بوده جزو وظیفه ای بود که از طرف دولت به او تفویض شده است، به

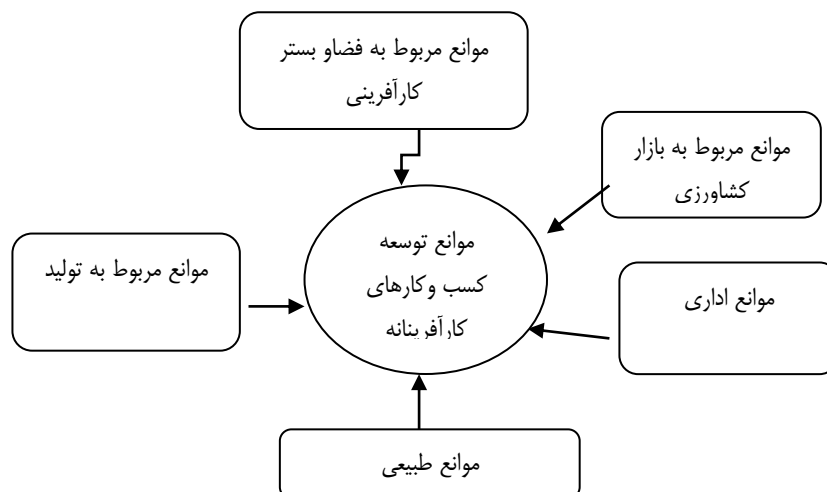
طوری که اگر کشاورز از کشت و زرع امتناع می ورزید باز هم می بایست سهم مالیات متعلقه خویش را بپردازد. در یک چنین سیستمی که حکومت در اینگونه امور، مراقبت دقیق به عمل می آورد، کشاورز خود را موظف می دانسته که نظر به عضویت و انتساب خود دهد و وظایف مربوط را انجام دهد.

سلوکیان: شهرهایی که سلوکیان در سوریه و بین النهرین و ایران ایجاد کردند تقریباً مانند شهرهای یونانی بود و این شهرها به سرزمین های وسیعی در اطراف خود نیازمند بودند. در زمین های اطراف شهر، کشاورزی انجام می شد و آذوقه مردم شهر و روستا به وسیله همین زمین ها تأمین می گشت. زمین های سرزمین سلوکیان به دو دسته تقسیم می شدند: ۱- زمین های پادشاهی و ۲- زمین های شهری زمین های پادشاهی بسیار وسیع بودند و بیشتر زمین های کشور جزء این زمین ها به حساب می آمدند. وضع کشاورزانی که در زمین های شهری کار می کردند تا حدودی بهتر از آن هایی بود که در زمین های متعلق به پادشاه یا معابد کار می کردند (قدیانی، ۱۳۸۴).

نتایج مطالعات [گوو \(۲۰۰۵\)](#) بیان می دارد که: با توجه به دستاوردهای ارزشمند مورد انتظار، در طی دهه گذشته، توسعه کارآفرینی کشاورزی، به عنوان یک جهت گیری اساسی در راستای افزایش ارزش تولیدات کشاورزی در دستور کار بیشتر کشورهای اروپایی قرار گرفته است و این کشورها تلاش کرده اند تا به اقتضای شرایط از جریان کارآفرینی برای تحرک بخشی به رشد بخش کشاورزی بهره گیرند. [کنودسان \(۲۰۰۴\)](#) در تحقیقات خود به این نتیجه رسید که: به طور کلی ساختار بخش کشاورزی در نتیجه تغییر سیاست های ملی و بین المللی، تقاضا برای فعالیت های کارآفرینانه در بین کشاورزان در بیشتر مناطق جهان را افزایش داده است. فعالیت های درون مزرعه ای، خدمات حمایتی کشاورزی و ارتقای ارزش افزوده در بخش کشاورزی، ۳ حیطه عمده برای بروز نوآوری و خلاقیت و در نتیجه کارآفرینی در بخش کشاورزی به شمار می روند. در این بین، توسعه محصولات نوآورانه و کسب و کارهای جدید در کشاورزی، یک اولویت اساسی در برنامه ریزی هاست، زیرا ضرورت کارهای جدید در کشاورزی، یک اولویت اصلی در برنامه ریزی است. زیرا ضرورت افزایش نوآوری در تولید محصولات و ایجاد بازارهای جدید بیشتر شده است. در تحقیقات انجام شده توسط [بوهستدو داربک \(۱۹۹۸\)](#) نتایج به دست آمده به این شرح است: در مطالعه ای که درباره کسب و کارهای کشاورزی در مناطق روستایی جنوب مالوای (کشوری در جنوب شرق آفریقا) صورت گرفته است از توسعه کارآفرینی و کسب و کارهای کشاورزی به سان ضرورتی برای برقراری توازن بین فعالیت های زراعی و غیر زراعی (این محدوده با محدوده کشاورزی متفاوت است) در نظام معیشتی، تنوع بخشی به فعالیت های کشاورزی و تمرکز فزاینده بر کشاورزی تجاری (ترکیب تجارت با فعالیت های کشاورزی) یاد شده است، که روی هم رفته مبین حرکت از کشاورزی معیشتی به کشاورزی تجاری است و نه تنها برای نظام های زراعی بزرگ، بلکه می توان از طریق توسعه زنجیره های کشاورزی (تولید، خدمات، فرآوری، بازاریابی و مصرف) و ایجاد ارزش افزوده فرصتی را برای تقویت نظام های زراعی خرده پا و سایر کشاورزان که ظرفیت های تولید زراعی محدودی دارن فراهم آورد. این روند مستلزم توسعه زنجیره های کشاورزی، فراتر از تولید صرف محصولات کشاورزی و پرداختن به سایر فعالیت های ارزش افزا، همانند خدمات حمایتی، فرآوری، بازار، مصرف و غیره است.

مدل مفهومی پژوهش

با توجه به هدف تحقیق "شناسایی موانع توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه کشاورزی از دیدگاه کارشناسان جهاد کشاورزی" و رسیدن به شناختی روشن در این زمینه به منظور ارایه ی راهکارها و پیشنهادهای عملی در راستای تسهیل و تسریع فرایند توسعه کسب و کار کشاورزی این تحقیق انجام گرفت. در این بخش مدل مفهومی پژوهش ترسیم شده است. (شکل ۱)



شکل ۱: الگوی مفهومی پژوهش (پژوهشگر، ۱۳۹۴)

روش شناسی پژوهش:

این تحقیق با توجه به شیوه گردآوری داده ها از نوع پژوهش های توصیفی - پیمایشی محسوب می شود. جامعه آماری تحقیق شامل تمامی کارشناسان جهاد کشاورزی و خدمات فنی و مهندسی مشاوره ای شهرستان کرمانشاه می باشد (N=270). که بر اساس جدول مورگان - کرجسی، تعداد ۱۵۷ نفر از آنها برای انجام تحقیق انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده ها در این تحقیق پرسشنامه ی محقق ساخته بود که از دو بخش ویژگی های فردی و حرفه ای پاسخگویان و دیدگاه پاسخگویان مورد مطالعه در مورد شناسایی و اولویت بندی موانع توسعه کسب و کارهای کشاورزی (شامل ۳۶ متغیر) تشکیل شده بود. برای اندازه گیری بخش دوم از طیف لیکرت پنج سطحی (از خیلی کم=۱ تا خیلی زیاد=۵) استفاده شد. برای تعیین پایایی پرسشنامه تحقیق، پیش آزمون (شامل ۳۰ نفر خارج از نمونه) انجام شد که مقدار آلفای کرونباخ ۷۹ درصد بود و روایی پرسشنامه با نظر پانل متخصصان و کارشناسان در زمینه ی موضوع مورد پژوهش تأیید شد. تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده با استفاده از نرم افزار Spss22 انجام شده و نتایج تحقیق در دو بخش توصیفی و استنباطی ارائه شد.

جدول ۱:

حجم جامعه آماری و حجم نمونه آماری مورد مطالعه		
مراکز	حجم جامعه	حجم نمونه
مراکز جهاد کشاورزی	۲۳۰	۱۳۰
مراکز خدمات فنی مشاوره ای	۲۷	۲۷
کل	۲۵۷	۱۵۷

نتایج

براساس نتایج تحقیق، در حدود ۷۲/۶ درصد از پاسخگویان مرد و ۲۷/۴ درصد زن بودند. یافته های تحقیق نشان می دهد میانگین سنی پاسخگویان ۳۶ تا ۴۵ سال است. نتایج نشان داد که بیشترین فراوانی متعلق به پاسخگویانی است که دارای مدرک کارشناسی (۵۸ درصد) بودند. در حالی که ۲۶/۷ درصد از پاسخگویان دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۱۵/۳ درصد نیز دارای مدرک کاردانی می باشند.

جدول ۲: مقدار KMO و آزمون بارتلت و سطح معنی داری

مجموعه مورد تحلیل	مقدار KMO	مقدار بارتلت	سطح معنی داری
موانع توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه کشاورزی از دیدگاه کارشناسان جهاد کشاورزی	.۷۴۷	۱۴۲۸/۱۸۷	۰/۰۰۰

در این تحقیق، به منظور تعیین میزان واریانس تبیین شده توسط هر کدام از متغیرهای مربوطه در خصوص "موانع توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه کشاورزی از دیدگاه کارشناسان جهاد کشاورزی شهرستان کرمانشاه" در قالب عامل های دسته بندی شده، از تحلیل عاملی استفاده شد. برای تشخیص مناسب بودن داده ها از آزمون بارتلت و شاخص KMO بهره گرفته شد. معنی داری آزمون بارتلت در سطح اطمینان ۹۹ درصد و مقدار مناسب KMO طبق جدول شماره ۲، نشان دهنده همبستگی بالای متغیر های مورد نظر برای انجام تحلیل عاملی است.

جدول ۳: عامل های استخراج شده همراه با مقدار ویژه، درصد واریانس و درصد واریانس تجمعی



شماره	عامل ها	مقدار ویژه	درصد واریانس مقدار ویژه	درصد واریانس تجمعی
۱	موانع بازاری	۷/۲۹۴	۱۹/۱۹۳	۱۹/۱۹۳
۲	فضا و بستر کارآفرینی	۶/۴۰۹	۱۶/۸۶۷	۳۶/۰۶۰
۳	موانع تولیدی	۴/۳۷۲	۱۱/۵۰۵	۴۷/۵۶۵
۴	موانع اداری	۳/۶۶۱	۹/۶۳۵	۵۷/۲۰۰
۵	موانع طبیعی	۳/۱۶۳	۸/۳۲۴	۶۵/۵۲۴

موانع استخراج شده از تحلیل عاملی همراه با مقدار ویژه، درصد واریانس و درصد واریانس تجمعی در جدول شماره (۳) ارائه شده است و به منظور استخراج و اولویت بندی عامل ها، از معیار مقدار پیشین استفاده شد و عامل هایی انتخاب شدند که مقدار ویژه آنها از یک بزرگتر بوده است. با توجه به جدول شماره (۳)، پنج عامل استخراج شده در مجموع ۶۵/۵۲۴ درصد واریانس کل را تبیین کرده اند که نشان دهنده میزان بالای واریانس تبیین شده توسط عوامل است.

جدول ۴: متغیر های مربوط به موانع و میزان بار عاملی بدست آمده از ماتریس چرخش یافته

عامل ها	متغیر ها	بار عاملی
موانع مربوط به بازار	۱. پایین بودن نسبی قیمت محصولات نسبت به هزینه تمام شده	۰/۸۴۴
	۲. عدم حمایت دولت از کارآفرینان	۰/۸۳۲
	۳. ابهام و قابل پیش بینی نبودن بازار محصولات کشاورزی	۰/۷۴۲
	۴. عدم وضع و کنترل استانداردهای لازم برای کیفیت نهاده ها در بخش کشاورزی	۰/۷۳۸
	۵. گرانی فزاینده نهاده ها و تجهیزات مورد نیاز	۰/۶۸۳
	۶. تعلق نگرفتن سوبسید و یارانه به کسب و کارهای کشاورزی	۰/۶۷۵
	۷. عدم خرید تضمینی محصولات از سوی دولت	۰/۶۵۶
	۸. عدم شناسایی فعالیتهای رقبا در بخش کشاورزی	۰/۵۶۳
	۹. نوسان سیاستهای بازار در بخش کشاورزی (واردات و صادرات، قیمت گذاری ها، و تنظیم بازار)	۰/۵۴۹
	۱۰. افزایش تمایل بازار به محصولات وارداتی و خارجی	۰/۵۱۰
	۱۱. ضعف شبکه توزیع محصولات در سطح منطقه و کشور	۰/۵۰۲
موانع مربوط به فضا و بستر کارآفرینی	۱. عدم مشاوره گرفتن از افراد متخصص و کارآفرین در توسعه کسب و کار کشاورزی	۰/۸۴۱
	۲. ضعف اخلاق کسب و کار و رواج برخی ناهنجاریها در میان فعالان کسب و کار (از جمله باند بازی در سرمایه گذاری، معاملات و دادوستدها)	۰/۸۳۹
	۳. مجال ندادن رقبا به کارآفرینان جدید برای ورود به بازار	۰/۸۲۸
	۴. عدم ثبت رسمی و قانونی بسیاری از فعالیتهای کسب و کار کشاورزی به منظور کنترل و نظارت از کار آنها	۰/۷۹۸
	۵. شیوع دلالی و واسطه گری به جای تولید و کارآفرینی در سطح جامعه	۰/۷۸۴



۰/۷۸۱	۶. بخل و حسادت و تنگ نظری های اطرافیان و عدم حمایت آنها از کارآفرینان جوان	
۰/۷۷۶	۷. دشواری دسترسی به مؤسسات تحقیقاتی و آزمایشگاهها برای تأمین نیازهای پژوهشی	
۰/۷۶۲	۸. محدود بودن کسب و کارهای نمونه و استانداردهای الگویی	
۰/۸۲۹	۱. مشکل دسترسی به موقع به برخی از نهاده ها (سوخت، کود، آفت کشهاو..)	
۰/۷۹۴	۲. نبودن تقاضای کافی برای تولیدات و محصولات کشاورزی	
۰/۷۷۴	۳. دادن وام هایی با بهره بالا و سختگیریهای بانک در عوض جور کردن ضامن معتبر، وثیقه، سفته و....	موانع مربوط به تولید
۰/۷۳۳	۴. دشواری تأمین نقدینگی، سرمایه و تعداد کم مراکز وام دهنده به کشاورزان	
۰/۶۲۹	۵. کافی نبودن مبلغ وام و تهسیلات بانکی به کشاورزان با توجه به فعالیت و نیاز افراد	
۰/۶۱۳	۶. ریسک و مخاطره پذیری بالای کسب و کار کشاورزی	
۰/۷۳۱	۱. عدم اعتماد سرمایه گذاران به اجرایی شدن طرح	
۰/۶۳۶	۲. ورود افراد غیر متخصص به برخی از عرصه های کشاورزی	
۰/۶۱۸	۳. مشکلات و موانع تراشی کارکنان نهادهای دولتی در تصویب کردن طرح کسب و کار کشاورزی	موانع اداری
۰/۵۹۲	۴. مراحل طولانی و خسته کننده اداری برای ثبت و راه اندازی یک کسب و کار	
۰/۵۶۳	۵. سنتی بودن روش ها و تجهیزات مورد استفاده در بخش کشاورزی	
۰/۵۲۱	۶. عدم حمایت سرمایه گذاران برای پشتیبانی از کارآفرینان جوان و تازه کار	
۰/۷۲۹	۱. کیفیت پایین نهاده های مورد نیاز در بازار استان یا بازارهای داخلی	
۰/۶۲۷	۲. بروز خطرات طبیعی (سرمزدگی، یخبندان، خشکسالی، امراض و.....)	
۰/۶۲۳	۳. هزینه بالای آباد سازی و قابل بهره برداری شدن مناطق حاشیه ای برای کسب و کار (مانند کانال کشی، ایجاد شبکه آبیاری و.....)	موانع طبیعی
۰/۵۹۸	۴. تعداد نوسان عوامل محیطی تأثیر گذار بر تولید محصولات (رطوبت، تهویه، دما و نور)	
۰/۵۸۶	۵. افت کیفیت منابع طبیعی به مرور زمان (مانند شور شدن خاک و کاهش حاصلخیزی)	

مجموعه متغیرهای مرتبط با موانع توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه کشاورزی از دیدگاه کارشناسان جهاد کشاورزی و خدمات فنی مشاوره ای پس از چرخش وایمکس و نام گذاری عوامل، در جدول شماره ۴ ارائه شده است.

بحث و نتیجه گیری

طبق نتایج بدست آمده از تحلیل عاملی، موانع توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه کشاورزی از دیدگاه کارشناسان مورد نظر به ترتیب اهمیت در پنج عامل، موانع مربوط به بازار، موانع مربوط به فضا و بستر کارآفرینی، موانع مربوط به تولید، موانع اداری و موانع طبیعی قرار می گیرند و در حدود ۶۵/۵۲۴ درصد واریانس کل موانع توسعه کسب و کار کارآفرینانه کشاورزی را تبیین می کنند. همانطور که از نتایج مشخص می شود عامل مربوط به بازار در اولویت اول قرار گرفته است. به عبارت دیگر، بسیاری از مسایل که مانع توسعه کسب و کار کارآفرینانه کشاورزی شده اند، به دلیل پایین بودن نسبی قیمت محصولات نسبت به هزینه تمام شده است که این خود نشان دهنده عدم حمایت دولت از کارآفرینان می باشد. قابل پیش بینی نبودن و در دسترس نبودن اطلاعات به

روز از

بازار

محصولات

کشاورزی نیز به نوعی می تواند مانع ورود کارآفرینان جوان به عرصه رقابت شود همچنین الگوی مناسب برای کنترل استاندارد کیفیت نهاده ها وجود ندارد و به دلیل کیفیت پایین نهاده محصولات کشاورزی با وجود صرف زمان و هزینه های گزاف، محصولات به نسبت بی کیفیت و نامرغوبی تولید میشود، گرانی فزاینده تجهیزات مورد نیاز، عدم خرید تضمینی محصولات از سوی دولت، نوسان سیاست های بازار و افزایش تمایل بازار به محصولات وارداتی همگی به نوعی در کاهش انگیزه در کارآفرینان برای شروع و توسعه کسب و کارهای کشاورزی می شود. این نتایج با تحقیقات متعدد پیشین (مرادنژادی و همکاران، ۱۳۸۶؛ اسدی و همکاران، ۱۳۸۸؛ لیسون^۴، ۱۹۹۵؛ گایس فورد^۵، ۲۰۰۱؛ کارسون^۶، ۲۰۰۴) مطابقت دارد در این تحقیقات بر نقش بازار در توسعه کسب و کار کشاورزی تأکید شده است و بازار گرایی به مثابه یکی از مشخصه های بازار و مقادیر کسب و کارهای کشاورزی با نظام های بهره برداری و تولید کشاورزی سنتی معرفی شده است.

بر اساس نتایج تحقیق، یکی دیگر از موانع توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه کشاورزی مربوط به فضا و بستر کارآفرینی می باشد یکی از مهمترین دلایلی که موجب می شود. کارآفرین در ابتدای کار با شکست مواجه شود عدم مشاوره گرفتن از افراد متخصص و قدیمی در فعالیت مورد نظر می باشد البته وجود ضعف اخلاقی و رواج برخی ناهنجاری ها مثل باند بازی و دلالی و غیره را نه تنها در این حوزه بلکه در فعالیتهای دیگر نیز نمی توان نادیده گرفت. چنین موانعی هم سو با یافته های محققان دیگر (مرادنژادی و همکاران، ۱۳۸۶)

اسدی و همکاران، ۱۳۸۸؛ شریف زاده و همکاران، ۱۳۸۸؛ منتیر^۷، ۱۹۸۸؛ کلارک^۸، ۲۰۰۹) مبین ضرورت شناسایی حمایت های مورد نیاز از طریق نیاز سنجی حمایتی و سازمان دهی یک محیط توانمند ساز برای کارآفرینی و توسعه کسب و کار در بخش کشاورزی است. این محیط حمایتی دارای ویژگی هایی است که از آن جمله اند: رقابت پویا، دسترسی عادلانه به فرصت های فزاینده، تسهیل گر از سوی دولت، تدوین و اعمال قوانین و مقررات فراگیر از سوی نهادهای مسئول به صورت هماهنگ، پیوندهای شبکه ای و ... می باشد. افزون بر موارد مربوط به بازار و فضا و بستر کارآفرینی، عامل دیگر که طبق نتایج تحقیق مانع توسعه کسب و کار کارآفرینانه کشاورزی می شود مشکلات قبل از بهره برداری محصول یعنی مشکلات تولید می باشد طبق نظر کارشناسان عدم دسترسی به موقع به برخی نهاده ها مثل سوخت، کود، آفت کش ها، هورمون و سموم باعث میشود کشاورز نتواند به موقع محصولات را از خطرات ناشی از کمبود مواد ذکر شده محفوظ بدارد. مشکلاتی مانند نبودن تقاضای کافی برای تولید برخی محصولات، دادن وام های با بهره بالا و سختگیری های بانک، کافی نبودن تسهیلات و مبلغ بانک به کشاورزان از موانع دیگر مربوط به تولید هستند. گرچه در کسب و کارهای جدید کشاورزی، به نسبت نظام های متعارف بهره برداری و تولید کشاورزی سیاست کنترل عوامل طبیعی متغیر تأثیر گذار (مانند گلخانه ها، کارگاههای صنعتی و تولیدی مکانیزه و واحد های صنعتی) بیشتر دنبال می شود، اما کنترل همه این عوامل هم مقدور نیست و هم هزینه بر است. درعین حال، از آنجا که بیشتر کسب و کارهای

4. Lyson

5. Gaisford

6. carson

7. Mentyre

8. Clark

کشاورزی

ماهیت

دارای

نظام های زنده و اجتماعی است، بهره وری این گونه کسب و کارها در گرو تعامل بهینه با محیط طبیعی پیرامون آنهاست. برای نمونه می توان به تأثیر عوامل اقلیمی از قبیل شدت و میزان نور خورشید، سرما و گرما، اختلاف دمای شب و روز و تعداد روزهای ابری بر بهبود عملکرد و در نتیجه سودآوری محصولات گلخانه ای اشاره کرد. به هر حال، با توجه به ماهیت موضوعی این موانع و نیز نتایج تحقیقات پیشین (اسدی و همکاران، ۱۳۸۸؛ مراد نژاد و همکاران، ۱۳۸۶) می توان یادآور شد که دسترسی متقاضیان یا دارندگان کسب و کارهای کشاورزی به جریان مطمئن بهنگام، با کیفیت و مقرون به صرفه از نهادهای مورد نیاز شرط اساسی برای توسعه پایدار کسب و کار کشاورزی است. علاوه بر موانع بالا براساس تحلیل عاملی دو دسته مانع دیگر شامل موانع اداری و طبیعی از دیدگاه کارشناسان جهاد کشاورزی و خدمات فنی مشاوره ای مورد تأکید قرار گرفته اند. یکی از مشکلاتی که کارآفرینان جوان در ابتدا با آن مواجه میشوند عدم اعتماد سرمایه گذاران به اجرایی شدن طرح است در واقع نمی توانند حامیان مالی را که یکی از مهمترین پشتیبانان آنها محسوب می شود متقاعد کنند. یکی دیگر از موانع اداری ورود افراد غیر متخصص به برخی از عرصه های کشاورزی است مراحل اداری طولانی و خسته کننده و سنتی بودن روش ها و روند های اداری را می توان از عوامل دیگر نام برد و مانع آخر شامل عوامل طبیعی هستند که میتوانند به میتوانند به نوبه خود در توسعه کسب و کارهای کشاورزی خلل ایجاد کنند. کیفیت پایین نهاده ها، بروز خطرات طبیعی، هزینه های بالای آباد سازی و افت کیفیت منابع طبیعی به مرور زمان از جمله این موانع به شمار می روند. همانگونه که پیشتر نیز برخی محققان مانند: (اسمیت و کائو^۹، ۲۰۰۷؛ ادرسیج و کلیباچ^{۱۰}، ۲۰۰۷؛ کائو^{۱۱}، ۲۰۰۵) تأکید داشته اند. همه کنشگران و ذی نفعان اعم از متقاضیان راه اندازی کسب و کار، مدیران، صاحبان، سیاستگذاران و حامیان توسعه کسب و کار به رویکردی نظام مند برای درک عناصر متعدد تشکیل دهنده کسب و کارهای کشاورزی و نیز به شرایط و تحولات تأثیرگذار محیط پیرامونی و پیوندهای درونی و بیرونی آنها نیازدارند، که خود مستلزم بهره گیری از رویکردی نظام مند در طراحی، مدیریت و کنترل کسب و کار و همچنین برنامه ریزی و سیاستگذاری برای توسعه و ترویج کسب و کارهای کشاورزی با توجه به ملاحظات موقعیتی بخش کشاورزی و شرایط خاص محلی توأم با در نظر گرفتن واحدهای کسب و کار به مثابه یک نظام و توسعه کسب و کار به مثابه یک فرآیند پیوسته و پویاست.

پیشنهادهای:

با توجه به تعدد عوامل طبیعی و تولیدی مورد نیاز پیش از صدور پروانه تأسیس واحدهای کسب و کار کارآفرینانه کشاورزی، لازم است همه عوامل تأثیر گذار و جوانب کار از قبیل فراهم بودن زیر ساخت ها یا امکان پذیری توسعه آن، مناسب بودن شرایط اقلیمی، وجود بازار، داشتن تخصص و توانایی لازم، برخورداری یا امکان استفاده از تجهیزات و فناوری مناسب، رعایت استانداردهای کیفیت و نظایر آن در چارچوب یک طرح کسب و کار تفصیلی به دقت مورد ارزیابی قرار گیرد و تنها در صورت تأمین سطحی قابل قبول از عوامل مورد نیاز، نسبت به صدور پروانه تأسیس و بهره برداری اقدام شود. در همین زمینه، لازم است به منظور شناسایی و پهنه بندی کالبدی ظرفیت های کارآفرینی کشاورزی در سطح استان مطالعه ای جامع برای دستیابی به سند آمایش سرزمین در توسعه کسب و کارهای کشاورزی انجام شود، که خود مستلزم پیمایش و پایش مستمر و نظام یافته در راستای شناسایی مزیت های نسبی و فرصت های اشتغال زراعی و غیر زراعی، زمینه های کارآفرینی و توسعه

⁹. Smith And Cao

¹⁰. Audretsch and Keilbach

¹¹. Cuervo



و کارهای
 کشاورزی و

کسب

روستایی و نیز تدوین نظام یا بانک جامع اطلاعات کارآفرینی، اشتغال و کسب و کارهای کارآفرینانه کشاورزی در سطح استان است.

✓ با توجه به بالا بودن حجم و نیز مخاطره سرمایه گذاری در کسب و کار کشاورزی پیشنهاد می شود که صندوق بیمه محصولات کشاورزی نسبت به بیمه تمام خطر ساز، تأسیسات و محصول تمام کسب و کارهای کشاورزی با شرایط مناسب اقدام کند.

✓ با توجه به یافته های تحقیق لازم است از طریق تقویت پایانه های خرید محصولات کشاورزی، تقویت شبکه های توزیع و بازاریابی محصولات کشاورزی، برگزاری نمایشگاهها و تقویت تالار بورس محصولات کشاورزی در سطح استان به توسعه بازار کشاورزی پرداخت.

✓ با توجه به ضعف هماهنگی و انسجام میان فعالان کسب و کار کشاورزی در استان لازم است سامان دهی و تقویت نهادهای میانجی، مانند انجمن کارآفرینان کشاورزی، صندوق حمایت از کسب و کارهای کارآفرینانه کشاورزی، اتاق کسب و کارهای کشاورزی، اتحادیه های کسب و کار کشاورزی و دیگر تشکیلات صنفی و نیز پیوند دهی آنها به مجامع نهادی ذی ربط در سطح کشور به منظور رایزنی با دستگاههای مسئول، سامان دهی خدمات حمایتی، پایش و دیگر مواردی از این دست در راستای تأمین منافع دارندگان کسب و کارهای کشاورزی مدنظر مسئولان قرار گیرد. در پایان با توجه به برخورداری استان کرمانشاه از مزیت های نسبی به ویژه زیست بوم های کشاورزی غنی و متنوع و وجود نیروهای جوان و دانش آموخته کشاورزی، نیروی کار فراوان و فرصت های قابل ملاحظه پیشنهاد می شود که توسعه کسب و کارهای کشاورزی به مثابه راهبرد توسعه استان در نظر گرفته شود. بی تردید حمایت های هدفمند ارگان های دولتی ذی ربط از طریق توسعه زیرساخت ها (مانند جاده، گاز کشی و خطوط برق و تلفن) در مناطق مستعد توسعه کسب و کار در سطح استان، کاهش عوارض (نظیر تعرفه های مصرف انرژی) و مالیات ها، توسعه مجتمع های کسب و کار و شهرک های گلخانه ای تحقق خواهد یافت.

منابع

۱. احمد پور داریانی، م. و فیض، د. ۱۳۸۳. نقش و جایگاه دولت در توسعه آموزش کار آفرینی کشور، مدیریت: ۵۵ و ۵۶.
۲. اسدی، ع.، حسینی، م.، عبدالله زاده، غ. و قره قانی، ا. ۱۳۸۸، تحلیل عوامل باز دارنده توسعه کشت های گلخانه ای مطالعه موردی استان اصفهان، تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، مجله علوم کشاورزی ایران. سال ۱۳۴۰، شماره (۱): ۹۵-۱۰۵.
۳. بیابانی، ج. ۱۳۸۸. اقتصاد ایران، توسعه ملی، موانع و ظرفیت ها، تهران، انتشارات مرکز آموزش عالی رجا.
۴. پایدار، ر.، رستم نژاد، ب. و آقامحمدی، م. ۱۳۸۷. انتشارات گسترش علوم، چاپ (۱): صص ۲۹۲.
۵. تفضلی، ف.، تاریخ عقاید اقتصادی از افلاطون تا دوره معاصر، تهران، نی، ۱۳۷۵، چاپ دوم، صص ۸۲.
۶. دفتر مطالعات سیاسی و بین المللی. ۱۳۸۷. فرانسه، دوره جدید مباحث کشورهای و سازمان های بین المللی، انتشارات وزارت امور خارجه: ۵۹ تا ۶۱.

۷. دفتر مطالعات سیاسی و بین المللی، ۱۳۸۷. لهستان، دوره جدید مباحث کشورها و سازمان های بین المللی، انتشارات وزارت امور خارجه: ۴۹ تا ۵۰.
۸. سعیدی کیا، م. ۱۳۸۲. آشنایی با کارآفرینی. چاپ اول، انتشارات سپاس، تهران.
۹. شریف زاده، ا.، یدالهی فارسی، ج. و مراد نژادی، ه. ۱۳۸۷. توسعه کسب و کارهای تعاونی کشاورزی بسان ساز و کارهای نهادی تلفیق کارآفرینی در فرآیند توسعه پایدار کشاورزی، چکیده مقالات همایش ملی تعاون و کارآفرینی، وزارت تعاون، معاونت تحقیقات. آموزش و ترویج دفتر ترویج و توسعه مشارکت های مردمی، تهران.
۱۰. قدیانی، ع. ۱۳۸۴. تاریخ، فرهنگ و تمدن ایران در دوره آریاها و مادها، انتشارات فرهنگ مکتوب. تهران.
۱۱. مراد نژادی، ه.، شعبانعلی فمی، ح.، ایروانی، ه.، حسینی، م. و کافی، م. ۱۳۸۶. تحلیل موانع توسعه کار آفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه ای در ایران. *مجله علوم کشاورزی*، جلد ۳۸، شماره (۲): ۱۷۵-۱۸۴.
12. Audretsch, D.B. and keilbach, M. 2007. the localization of entrepreneurship capital: evidence from germany. *papers in regional science*. vol. 86, no. 3 : 352-365.
 13. market, *journal of agriculture and rural development*. 5 (2) : 28-31.
 14. Cuerdo, A. 2005. individual and environmental determinants of entrepreneurship. *international entrepreneurship and management journal*. Vol. 1, no. 3: 293-311.
 15. Carson, D, Gilmore, A. and rocks, S. 2004. SME marketing networking: a strategic approach. *Strategic change*. Vol. 13, no. 7: 369-382.
 16. Clark, j. 2009. entrepreneurship and diversification on English farms: identifying business enterprise characteristics and change processes. *Entrepreneurship and regional development: an international journal*. Vol. 21, no. 2: 213-236.
 17. Gaisford, J.D. hobbs, j.E. and kerr, w.A. 2001. marking markets work. modeling agri-food systems in transition. *canadian journal of agricultural economics*. Vol. 49, no. 2: 181-202.
 18. Gow, N.G. (2005), "farmer entrepreneurship in new Zealand some observations from case studies", 15 th congress. developing entrepreneurship abilities to feed the world in sustainable, way. Eampinas, 290-294.
 19. Knudson, j. 2004. entrepreneurship and innovation in the agri-food system. *amer.j.agr.econ*, 80 (5) : 130-136.
 20. lyson, T.A, Gillespie, G.W. and hilchey, D. 1995. farmers markets and the local community: bringing the formal and informal economy. *American journal of alternative agriculture*. vol. 10, no. 3: 108-113.
 21. Meintyre, R.j. 1988. the small enterprise and agricultural initiatives in bulgaria: institutional invention without reform. *Europe-asia studies*. Vol. 40, no. 4: 602-615.
 22. Nainggolan, K. 2003. policies and programs for promoting the development of agribusiness enterprises. in: report of the APO seminar on development of agribusiness enterprise, indonesia, 20-24 november 2000, published by apo Tokyo, japan. 13-16,

23. Petrin, T. 1994. entrepreneurship as an economic force in rural development" keynote paper presented at seventh fao/reu international rural development summer school , herring , germany, 8-14.
24. Pittaway, L. Cope, J. 2007. "Entrepreneurship Education: A Systematic Review of the Evidence". *International Small Business Journal*, 25 (5): 479-510.
25. Scheibel, W., 2003. entrepreneurial personality traits in managing rural tourism and sustainable business. *Agramarketing aktuell*, vol. 6 no. 3, : 85-99.
26. Smit, K. G. and Cao, Q. 2007. an entrepreneurial perspective on the firm – environment relationship . *strategic entrepreneurship journal*. Vol. 1, no. 3 -4 : 329-344.

Surf and download all data from SID.ir: www.SID.ir

Translate via STRS.ir: www.STRS.ir

Follow our scientific posts via our Blog: www.sid.ir/blog

Use our educational service (Courses, Workshops, Videos and etc.) via Workshop: www.sid.ir/workshop