

تبیین مؤلفه‌های توسعه کسب و کارهای کشاورزی در استان گلستان

ابوالقاسم شریف‌زاده^{۱*} - محمدرضا محبوبی^۲ - ابوالقاسم عربیون^۳

۱. استادیار دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان

۲. استادیار دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان

۳. استادیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۸/۲/۲۷، تاریخ تصویب: ۱۳۸۸/۶/۲۳)

چکیده

امروزه، توسعه کسب و کارهای کشاورزی یک راهبرد عمده برای پیش‌برد کارآفرینی کشاورزی به‌شمار می‌رود. برنامه‌ریزی راهبردی برای تسهیل کارآفرینی کشاورزی، توجه به سازه‌های مرتبط با کسب و کارهای کشاورزی مانند یک سیستم پیچیده، متغیرهای زمینه‌ای و پویایی‌های مرتبط را نیاز دارد. این تحقیق کیفی با هدف شناسایی سازه‌ها و عوامل تأثیرگذار بر توسعه کسب و کارهای کشاورزی در استان گلستان به انجام رسیده است. اطلاعات مورد نیاز از طریق مصاحبه نیمه‌ساختارمند با نمونه‌ای برگزیده از کارآفرینان و مدیران کسب و کارهای کشاورزی ($n=34$) به دست آمده است. با استفاده از فرایند کدگذاری مرسوم در تئوری بنیانی، متن برگرفته از مصاحبه‌ها تحلیل شده و یافته‌های حاصل از تحلیل در یک ساختار ماتریسی، شامل کدهای باز، محوری و انتخابی تدوین شده است. بر اساس کدهای طبقه‌بندی شده موضوعی، سازه‌ها و سازه‌های عمده تأثیر بر توسعه کسب و کارهای کشاورزی عبارتند از: ابعاد فردی (انگیزه‌مندی و هدف‌مندی اقتصادی، اجتماعی و حرفه‌ای، قابلیت‌ها و توانمندی‌های فردی)؛ ابعاد کسب و کار (تأمین و بهره‌برداری بهره‌ورانه و مدیریت منابع تولید، توسعه منابع انسانی، ارتباطات و پیوندها، مدیریت بازار، مدیریت کسب و کار و کارکردهای حرفه‌ای در زمینه کسب و کار)؛ یادگیری و حرفه‌آموزی در زمینه کسب و کار؛ فضای حمایتی (نهادی، خانواده و معنوی)؛ محیط؛ زیرساخت و فضای کسب و کار (محیط طبیعی، محیط کلان اقتصادی، اجتماعی و نهادی کسب و کارهای کشاورزی). بر پایه مفهوم‌پردازی سیستمی، سازه‌ها و عوامل برشمرده شده به هم پیوند زده شده و در نتیجه، "نظام توسعه کارآفرینانه کسب و کارهای کشاورزی" ترسیم شده است.

واژگان کلیدی: کسب و کارهای کشاورزی، کارآفرینی کشاورزی، نظام توسعه کارآفرینانه

مقدمه

امروزه کارآفرینی مانند راهبردی مناسب برای توسعه بخش کشاورزی و گذر از چالش‌های مربوط، همانند پایداری، سودآوری و بهره‌وری مطرح است (دامیانوس و اسلوراس^۱، ۱۹۹۶، ۲۷۳-۲۷۴؛ چامپگن و همکاران^۲، ۱۹۹۰، ۱۵؛ نینگولن^۳، ۲۰۰۳، ۳۱). در خصوص دلیل پرداختن به کارآفرینی در فرایند توسعه پایدار بخش کشاورزی، به هم‌سویی دستاوردها و پیامدهای مورد انتظار از کارآفرینی کشاورزی^۴ با آرمان‌ها و اهداف توسعه پایدار کشاورزی می‌توان اشاره کرد. توسعه زنجیره کشاورزی، تنوع‌بخشی به اقتصاد کشاورزی و روستایی، توسعه نوآوری و فناوری در بخش کشاورزی، ارتقای بهره‌وری، بهره‌برداری از مزیت‌های نسبی رقابتی و تجاری (تحقق سودآوری و افزایش توان رقابت‌پذیری)، اشتغال‌زایی مولد، تحول در مناسبات تولید هم‌پای سایر تحولات نهادی، ارزش افزوده، کیفیت و محصولات و فرآورده‌های جدید، گسترش بازار محصولات کشاورزی، تشکیل و جذب سرمایه در بخش کشاورزی، از جمله دستاوردهای توسعه کارآفرینی کشاورزی محسوب می‌شود. همچنین این دستاوردها، در صورت فراهم‌بودن شرایط و در نتیجه هم‌آمیزی هم‌افزا با دستاورد سایر فرایندها، نظام‌ها و مؤلفه‌های توسعه کشاورزی می‌توانند به پیامدهای: "توسعه صنایع، کمک به رشد سایر بخش‌ها، توسعه سرمایه و منابع انسانی، تولید ثروت، پیش‌برد امنیت غذایی، کمک به صادرات غیرنفتی، توسعه زیرساخت‌ها، تسهیل توسعه روستایی، توسعه منطقه‌ای و تحقق آمایش سرزمین، کاهش فقر و تحقق معیشت پایدار، توسعه رفاه و عدالت اجتماعی در بخش کشاورزی و در کل، پیش‌برد توسعه پایدار کشاورزی" منجر شوند. با توجه به دستاوردها و پیامدهای مزبور می‌توان نتیجه گرفت که کارآفرینی هم‌گام با رشد دانش و

-
1. Damianos & Sluras
 2. Champagne & et al
 3. Nainggolan
 4. Agriculture Entrepreneurship (Agripreneurship)

فناوری و تحولات نهادی و در پرتو توسعه پایدار ملی می‌تواند موتور توسعه بخش کشاورزی به‌شمار آید. بی‌تردید، همان‌گونه که انقلاب سبز توانست با دستاوردها و پیامدهای قابل ملاحظه (و البته عوارض جانبی نابسود) در نوع خود تحولی چشم‌گیر را در توسعه بخش کشاورزی در سطح جهان در پی داشته باشد، در صورت برنامه‌ریزی راهبردی و تأمین ملزومات مربوط، که در قالب نظام کارآفرینی کشاورزی قابل تبیین است، توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی نیز می‌تواند مانند نیرویی برای توسعه 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 و کار در بخش کشاورزی یا انقلاب کارآفرینانه کشاورزی^۱ تبلور یابد (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۸۷، ۶۷).

توسعه کسب و کارهای کارآفرین که از نشانه‌های بارز توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی محسوب می‌شود به دلیل تعدد عوامل تأثیرگذار و ماهیت رفتار کارآفرینانه پیچیده به نظر می‌رسد (انتینگ^۲، ۲۰۰۱، ۵). در این خصوص، چنانچه یافته‌های پژوهش‌گران دیگر نیز نشان داده، عواملی متعدد بر توسعه کارآفرینی و کسب و کار تأثیرگذار است. در عمل، توسعه کسب و کارهای کارآفرین با موانعی، نظیر کمبود سرمایه و توسعه‌نیافتگی نهادهای مالی مرتبط توأم با دسترسی محدود و نابرابر به بازارهای سرمایه و اعتبار، تورم و هزینه‌های جاری بالا، نابرابری در دسترسی به اطلاعات، دانش و فناوری، توسعه‌نیافتگی زیرساخت‌های عمومی، ضعف مدیریت، مهارت و کمبود نیروی انسانی متخصص، ظرفیت‌های مازاد، موانع قانونی و حقوقی و بورکراسی ناکارآمد و ضد کارآفرین^۳ روبرو است (فیض‌بخش و همکاران، ۱۳۸۲، ۴۳-۴۵). طبق مطالعات صورت‌گرفته، کارکرد حمایتی و هدایتی دولت در پیش‌برد کارآفرینی و توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه در هر بخشی مؤثر است (دانایی‌فرد و همکاران، ۱۳۸۶، ۲۲۱؛

1. Entrepreneurial Agriculture Revolution
2. Enting
3. Anti- entrepreneurship

احمدپورداریانی و فیضی، ۱۳۸۰، ۴۱). از جمله کارکردهای محوری دولت برای رشد کسب و کارهای کشاورزی می‌توان به مواردی مانند آموزش، سرمایه‌گذاری برای تقویت زیرساخت‌های عمومی، پژوهش، حمایت از کسب و کارهای کوچک، حمایت از شکل‌گیری فضای رقابتی در بخش کشاورزی، تقویت تشکل‌ها و نهادهای دست‌اندرکار اشاره کرد (نینگولن، ۲۰۰۳، ۳۱۱).

لزوم حرکت در راستای کشاورزی تجاری و رقابتی مبتنی بر نیروهای بازار، کشاورز ایرانی را مجبور می‌کند تا به شکل متفاوت‌تری نسبت به گذشته فعالیت کند. به طوری که، نوآورانه و خلاقانه از حالت "تولیدکننده کشاورزی" به سوی "کارآفرین کشاورزی" تغییر نقش داده تا بتواند فرصت‌های موجود در بازار را بهتر از دیگران شناسایی و از آن بهره‌برداری کند (اسکندری، ۱۳۸۵، ۵-۶).

توسعه کسب و کارهای کشاورزی، به‌ویژه در مناطق مستعد کشور، مانند استان گلستان، که به لحاظ جغرافیای کارآفرینی، از مزیت‌های نسبی و ظرفیت‌های قابل ملاحظه طبیعی برای پرورش محصولات کشاورزی برخوردار هستند، یکی از مظاهر توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی به‌شمار می‌رود. این مهم، به بسترسازی و زمینه‌سازی، برنامه‌ریزی و ارائه خدمات حمایتی مورد نیاز، همانند آموزش، اعتبارات و دانش فنی و ...، پتانسیل‌یابی و مهم‌تر از همه، پایش و ارزش‌یابی مستمر برای شناسایی تهدیدها و چالش‌ها و برنامه‌ریزی برای بهره‌گیری از فرصت‌ها و ظرفیت‌های موجود نیازمند است. این پژوهش، در این مسیر و با توجه به کمبود مطالعات انجام‌شده در این حوزه، نبود تئوری جامع برای توسعه کسب و کارهای کشاورزی و اقتضایی بودن فرایند توسعه کارآفرینی و همچنین لزوم درک عوامل موقعیتی تأثیرگذار در هر منطقه، با هدف شناسایی عوامل تأثیرگذار و مهم‌تر از آن، سازه‌های مرتبط با توسعه کسب و کارهای کشاورزی در استان گلستان و پردازش و تلفیق مفهومی آنها در قالب یک الگوی یک‌پارچه با نام "توسعه کسب و کارهای کارآفرین" به انجام رسیده است.

مروری بر ادبیات موضوع

به زعم برخی پژوهش‌گران، قطعیت بالا، تنوع‌بخشی به فعالیت‌های کشاورزی متعارف، بهره‌برداری از عوامل تولید را کدمانده، مشوق‌های دولت در قالب اعطای تسهیلات بانکی (صیامی و پیکانی، ۱۳۸۷، ۸۰)، امکان کشت خارج از فصل، بهره‌برداری بهینه از منابع آب و خاک، به‌ویژه قطعات کوچک زمین و امکانات موجود در روستاها و حاشیه شهرها، بالابودن عملکرد در واحد سطح، نیاز آبی کم و اشتغال‌زایی (شفیعی و پورجوپاری، ۱۳۸۵، ۲۴) از جمله عوامل پیش‌برنده توسعه کسب و کارهای جدید، مانند گلخانه‌ها در بخش کشاورزی به‌شمار می‌رود.^۱

با توجه به دستاوردهای ارزش‌مند مورد انتظار، در طی دهه گذشته، توسعه کارآفرینی کشاورزی، به عنوان یک جهت‌گیری اساسی در راستای افزایش ارزش تولیدات کشاورزی در دستور کار بیشتر کشورهای اروپایی قرار گرفته است و این کشورها تلاش کرده‌اند تا به اقتضای شرایط از جریان کارآفرینی برای تحرک‌بخشی به رشد بخش کشاورزی بهره‌گیرند (گوو^۲، ۲۰۰۵، ۲۹۰؛ اسلیبی^۳، ۱۹۹۰، ۱۲۶؛ استابلر و اولفرت^۴، ۲۰۰۰، ۳۸۵).

به‌طور کلی، تجدید ساختار بخش کشاورزی در نتیجه تغییر سیاست‌های ملی و بین‌المللی، تقاضا برای فعالیت‌های کارآفرینانه در بین کشاورزان در بیشتر مناطق جهان را افزایش داده است (بوهنستد و دوربیک^۵، ۱۹۹۸، ۲۸).

فعالیت‌های درون‌مزرعه‌ای، خدمات حمایتی کشاورزی و ارتقای ارزش‌افزوده در بخش کشاورزی، ۳ حیطه عمده برای بروز نوآوری و خلاقیت و در نتیجه کارآفرینی در بخش کشاورزی به‌شمار می‌روند. در این بین، توسعه محصولات نوآورانه و کسب و کارهای جدید در کشاورزی، یک اولویت اساسی در برنامه‌ریزی‌ها است، زیرا ضرورت

۱. مرور مقالات بر اساس استناد ترکیبی است.

2. Gow
3. Slee
4. Stabler & Olfret
5. Bohnstedt & Durbeck

افزایش نوآوری در تولید محصولات و ایجاد بازارهای جدید بیشتر شده است (کنودسان^۱، ۲۰۰۴، ۱۳۳۰).

بنیاد مورارکا^۲ ضمن تبیین پیوند منابع انسانی و توسعه کارآفرینی کشاورزی به رشد همکاری‌های دولت با بخش خصوصی، حرکت از تولیدمداری به ارزش‌افزوده‌مداری، ارتقای کیفیت و رعایت استانداردهای مرتبط با حقوق مصرف‌کنندگان، بهبود تسهیلات برای عرضه محصولات کشاورزی، درک فرصت‌های کسب و کار کشاورزی، بسان یک فرصت شغلی حرفه‌ای از سوی دانش‌آموختگان کشاورزی و سایر جویندگان کار را مانند پیش‌برنده‌های توسعه کارآفرینی و کسب و کارهای کشاورزی تعبیر کرده است (بنیاد مورارکا، ۲۰۰۸، ۱). افزایش تقاضا برای محصولات کشاورزی، به‌ویژه محصولات غذایی سالم، با کیفیت و ارگانیک و در کل، رشد بازار محصولات کشاورزی، مزایای رقابتی بسیاری از فعالیت‌های تولیدی و خدماتی در بخش کشاورزی، به‌ویژه با بهره‌گیری از روش‌ها و فناوری‌های جدید به صورتی بهره‌ورانه و پایدار، رشد سرمایه‌گذاری خصوصی در بخش کشاورزی تجاری، وجود منابع طبیعی و تولیدی قابل بهره‌برداری، رشد زیرساخت‌ها، روند رو به رشد ورود دانش‌آموختگان کشاورزی به عرصه کسب و کارهای کشاورزی و ... از دیگر عوامل پیش‌برنده یا القاکننده توسعه کارآفرینی و کسب و کار در بخش کشاورزی به‌شمار می‌رود. در همین خصوص، شناسایی و معرفی فرصت‌های کسب و کار و کارآفرینی در بخش کشاورزی، ارتقای شاخص‌های توسعه منابع انسانی متناسب با ملزومات کارآفرینی و توسعه کسب و کارهای کشاورزی (توسعه کارآفرینانه منابع انسانی در بخش کشاورزی)، حمایت از کشاورزی تجاری و کسب و کارهای بازارگرا، تولید و عرضه رقابتی محصولات کشاورزی، از جمله سیاست‌هایی است که می‌تواند به منظور توسعه فضای کارآفرینی و کسب و کار در بخش کشاورزی در دستور کار قرار گیرد.

1. Knudson
2. Morarka Foundation

در مطالعه‌ای که درباره کسب و کارهای کشاورزی خرد در مناطق روستایی جنوب مالاوی (کشوری در جنوب شرق آفریقا) صورت گرفته است، از توسعه کارآفرینی و کسب و کارهای کشاورزی بسان ضرورتی برای برقراری توازن بین فعالیت‌های زراعی و غیرزراعی (این محدوده با محدوده کشاورزی متفاوت است) در نظام معیشتی، تنوع‌بخشی به فعالیت‌های کشاورزی و تمرکز فزاینده بر کشاورزی تجاری (ترکیب تجارت با فعالیت‌های کشاورزی) یاد شده است (اورر و اورر^۱، ۲۰۰۲، ۳)، که روی هم-رفته مبین حرکت از کشاورزی معیشتی به کشاورزی تجاری است و نه تنها برای نظام‌های زراعی بزرگ، بلکه می‌تواند از طریق توسعه زنجیره‌های کشاورزی (تولید، خدمات، فراوری، بازاررسانی و مصرف) و ایجاد ارزش‌افزوده فرصتی را برای تقویت نظام‌های زراعی خرده‌پا و سایر کشاورزانی که ظرفیت‌های تولید زراعی محدودی دارند فراهم آورد. این روند مستلزم توسعه زنجیره‌های کشاورزی، فراتر از تولید صرف محصولات کشاورزی و پرداختن به سایر فعالیت‌های ارزش‌افزا، همانند خدمات حمایتی، فراوری، بازار، مصرف و غیره است (نک: وردمنن و وان درمیرندوک^۲، ۱۹۹۸، ۳۳-۳۴).

کسب و کارهای جدید کشاورزی به دلیل مزیت‌هایی که در زمینه بهره‌برداری از منابع، ساختار مالکیت و مدیریت، پیوند با بازار، قدرت جذب دانش و فناوری پیشرفته، نوآوری و توسعه زنجیره‌های کشاورزی برای رسیدن به ارزش‌افزوده بالا دارند، بستری مساعد برای توسعه کارآفرینی به‌شمار می‌روند.

با توجه به اقتضایی بودن بستر کسب و کار و کارآفرینی، در مطالعه کسب و کارهای کشاورزی لازم است بستر و فضای خاص این کسب و کار مدنظر قرار گیرد. در برخی از پژوهش‌های مرور شده در این مطالعه، سهم و نقش عوامل ذیل در توسعه کسب و کارهای کشاورزی مورد تأکید قرار گرفته است: توسعه‌یافتگی بازار محصولات کشاورزی (گیسفورد و همکاران^۳، ۲۰۰۱، ۱۸۱؛ ولش^۴، ۲۰۰۹، ۲۱؛ لیسون و همکاران^۵،

-
1. Orr, A. & Orr, S
 2. Wurdemann & van de Meerendonk
 3. Gaisford & et al
 4. Welsh
 5. Lyson & et al

۱۹۹۵، ۱۰۸)، توسعه زیرساخت‌ها (جیرس^۱، ۱۹۹۶، ۲۸) جنسیت، انگیزش و ظهور حوزه‌های جدید کسب و کار، مانند گردش‌گری کشاورزی^۲ (مک‌گهی^۳، ۲۰۰۷، ۲۸۰)، تغییر شرایط خارجی (اسمیت^۴، ۲۰۰۴، ۴-۱)، گذراندن آموزش به شیوه حرفه‌آموزی (نک: برگیت^۵، ۲۰۰۵، ۷۰-۸۰)، درجه دسترسی به منابع (نک: کیرماتی و اسکورسون^۶، ۲۰۰۴، ۲-۱)، مدیریت تخصصی و فنی (گوگوس و کینگ^۷، ۲۰۰۰، ۲۷۱)، توسعه و توان‌مندسازی منابع انسانی (بنیاد مورارکا^۸، ۲۰۰۸، ۳-۱)، نوآوری در زنجیره‌های کشاورزی (کوندسو^۹، ۲۰۰۴، ۱۳۳۰)، تخصصی‌شدن کالاها و خدمات کشاورزی (میشل^{۱۰}، ۱۹۹۸، ۲۷۳)، تکمیل فعالیت‌های خارج و داخل مزرعه توسط خانوارهای کشاورزی (ایلبری^{۱۱}، ۱۹۹۷، ۱۳۵)، دسترسی به تسهیلات بانکی (الوانی و رحمتی، ۱۳۸۷، ۴۵؛ چیذری و زارع، ۱۳۷۹، ۶۹)، ایفای نقش تسهیل‌گرانه دستگاهها و ارگان‌های دولتی مسؤول (الوانی و رحمتی، ۱۳۸۷، ۴۵؛ زمانی و خالخیلی، ۱۳۸۵، ۷۳/۲؛ یداللهی‌فارسی و همکاران، ۱۳۸۷، ۱۹۹)، جنسیت، نقش حمایت خانواده و انگیزه‌های فردی، آموزش و مشارکت اجتماعی (فلاح جلودار، ۱۳۸۶، ۸۷)، سیاست‌های صادراتی (الوانی و رحمتی، ۱۳۸۷، ۴۵؛ خالدی و رحیم‌زاده، ۱۳۸۷، ۸۳).

علاوه بر موارد مذکور، برخی از پژوهش‌های انجام‌شده در خصوص توسعه کسب و کارهای کارآفرین در بخش کشاورزی با رویکردی همه‌جانبه‌نگر به تبیین عوامل و سازه‌های چندگانه انجامیده است. برای نمونه قرقانی در نتیجه پژوهشی، عوامل "اعتباری"، "زیرساختی"، "قانونی" و "اقتصادی" را در توسعه کشت‌های گلخانه‌ای در استان اصفهان مؤثر معرفی کرده است (قرقانی، ۱۳۸۵، ۱۱۵). مرادنژادی و همکارانش

1. Jairath
2. Agri-tourism
3. McGehee
4. Smit
5. Bergevoet
6. Kimathi & Scorsone
7. Goggos & King
8. Morarka Foundation
9. Knudso
10. Mitchell
11. Ilbery

محیط اقتصادی، ویژگی‌های روان‌شناختی، پویایی محیط، دسترسی به منابع، مهارت بازاریابی، محیط اکولوژیکی و علاقه به کشاورزی را به عنوان سازه‌های مؤثر بر توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای در ایران معرفی کرده است (مرادنژادی و همکاران، ۱۳۸۶، ۲۱۹). یعقوبی نیز با بررسی ساز و کارهای تقویت کارآفرینی در آموزش عالی کشاورزی، بسترسازی و برنامه‌ریزی، مشوق‌های اقتصادی، عوامل قانونی و حمایتی را در توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه در بخش کشاورزی مؤثر ارزیابی کرده است (یعقوبی، ۱۳۸۷، ۵۶).

از رویکرد سیستمی، عوامل متعدد درونی و بیرونی، همانند تخصیص مشترک منابع تولیدی، مدیریت ریسک، برنامه‌ریزی تولید، قدرت ابتکار کشاورز، شرایط خانوادگی، شرایط زیست بوم کشاورزی (خاک، آب، اقلیم و غیره)، قیمت بازار و ثبات سیاسی بر موفقیت کسب و کارهای گلخانه‌ای تأثیرگذار هستند (صیامی و پیکانی، ۱۳۸۷، ۸۱). مکان‌یابی مناسب، مدیریت صحیح، احداث تأسیسات مناسب، انتخاب نوع محصول، مدیریت پس از برداشت و تشکیل یک واحد تعاونی برای تأمین نهاده، بازاریابی، بسته‌بندی و حمل و نقل از جمله عواملی است که در موفقیت کسب و کارهای گلخانه‌ای سهم است (شفیعی و پورجوپاری، ۱۳۸۵، ۲۴ و ۳۲).

با مرور مطالعات صورت گرفته با موضوع توسعه کسب و کار و کارآفرینی در بخش کشاورزی، کمتر پژوهشی را می‌توان یافت که به شناسایی و پردازش همه‌جانبه، کلیت گرا و سیستمی مؤلفه‌های تشکیل دهنده و عوامل تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی و کسب و کارهای کشاورزی پرداخته باشد. از این رو، در این پژوهش تلاش شده است تا با رویکردی کلیت گرا و یک پارچه مبتنی بر الگوسازی مفهومی سیستمی این موضوع مورد بررسی قرار گیرد.

روش‌شناسی

این پژوهش از منظر پارادایم^۱ تحقیق جزو تحقیقات کیفی محسوب می‌شود و با رویکرد آسیب‌شناسانه^۲ و با هدف غایی اکتشاف (سازه‌های سازنده و عوامل تأثیرگذار بر روند توسعه کارآفرینانه کسب و کارهای کشاورزی) و تبیین (الگوپردازی مفهومی نظام توسعه کارآفرینی کشاورزی) به انجام رسیده است. در این پژوهش، از مصاحبه کیفی و عمیق نیمه‌ساختارمند^۳ برای گردآوری اطلاعات و داده‌ها استفاده شده و جامعه آماری آن را دارندگان واحدهای کسب و کار کشاورزی در استان گلستان تشکیل داده است. در انجام مصاحبه‌ها از تکنیک نمونه‌گیری هدفمند ترکیبی موارد نوعی و بارز^۴ (مصاحبه با گلخانه‌داران و صاحبان کسب و کارهای کشاورزی باتجربه، شناخته‌شده و با توانش و آمادگی ارائه اطلاعات مورد نیاز)، گلوله‌برفی^۵ (مصاحبه با افراد معرفی‌شده از سوی سایر نمونه‌ها)، فرصت‌مدار^۶ و موارد مطلوب^۷ (مصاحبه با نمونه‌های در دسترس و تکرار مصاحبه در مورد نمونه‌های ارائه‌دهنده اطلاعات جامع، به منظور کسب نقطه‌نظرات تکمیلی یا رفع ابهامات موجود، با توجه به اطلاعات مورد نیاز و پیشرفت حاصل در جهت رسیدن به اشباع نظری و غنای مفهومی^۸) بهره گرفته شده است. اندازه نمونه و فرایند گردآوری اطلاعات تا سطح اشباع نظری^۹ یا آستانه سودمندی اطلاعات قابل دسترس^{۱۰} ادامه یافت. بر این روش، ۳۴ نمونه مورد مصاحبه (n=۳۳) قرار گرفته است. در مجموع، ۴۱ مورد مصاحبه (شامل ۳۳ مصاحبه در مرحله اول و ۶ مورد تکرار مصاحبه) به انجام رسیده، که برای هدایت نظام‌یافته و روآمند مصاحبه‌ها، پروتکل مصاحبه‌گری (شامل مشخصات تکنیکی و ۱۲ پرسش محوری) تدوین و مورد استفاده قرار گرفته است.

1. Paradigm
2. Diagnostic
3. Semi-structured deep interview
4. Typical cases
5. Snow balling
6. Opportunistic
7. Intensity cases
8. Theoretical saturation and conceptual enrichment
9. Theoretical saturation
10. usefulness threshold of available information

برای اطمینان از روایی و پایایی لازم، علاوه بر گزینش‌گری هدفمند نمونه‌ها برای مصاحبه‌گری توأم با تدوین پروتکل برای روش‌مندنمودن مراحل مختلف کار پس از تدوین پروتکل مصاحبه و گزینش نمونه‌ها، پس از در میان گذاشتن هدف پژوهش، سؤالات یا محورهای موردنظر برای مصاحبه در اختیار آنها قرار گرفت. در طی مصاحبه نیز تلاش شد تا با طرح مفاهیم و مضامین و مصادیق مرتبط با پرسش‌های محوری به مثابه نقاط عطف گفتگو^۱، زمینه برای هدایت جریان گفت‌وگو به مسیر مورد نظر فراهم شود تا از فروکاست‌نگری پاسخ‌ها به حوزه فنی و تخصصی و مسائل روزمره و اطلاعات سطحی مصاحبه‌شوندگان پرهیز و با هدایت روند اندیشه‌ورزی، ژرفابخشی و جمع‌بندی دیدگاه‌های آنها، به شکل‌گیری یک برداشت عمومی حول محورهای مورد بحث کمک شود. از دیگر تدابیر، می‌توان به شفاف و صراحت^۲ پرسش‌های مطرح‌شده، انجام مصاحبه در شرایط موردنظر پاسخ‌گویان، بازنگری اولیه و بازتکرار مصاحبه در موارد معین، تنوع‌بخشی به پرسش‌های مطرح‌شده (از طریق شکستن پرسش‌های محوری) و نحوه طرح آنها، تنوع در روش‌های پیش‌برد مصاحبه و نمونه‌های برگزیده (چندجانبه‌گرایی^۳)، اطمینان‌بخشی به مصاحبه‌شوندگان درباره محرمانه ماندن اطلاعات ارائه‌شده برای تسهیل ابزار دیدگاه‌های ژرف آنها (پرهیز از بیان صرف دل‌مشغولی‌های روزانه، محافظه‌کاری یا اظهارات کلیشه‌ای)، مشارکت‌دهی آنها در جمع‌بندی دیدگاه‌های ارائه‌شده، به‌منظور نزدیک کردن برداشت‌های متقابل و بیان مضامین برگرفته‌های مصاحبه و طبقه‌بندی مفهومی آنها در پیوند با یافته‌های مصاحبه (به منظور حفظ پیوند منطقی و مفهومی یافته‌ها با داده‌ها و اطلاعات برگرفته از مصاحبه) اشاره کرد.

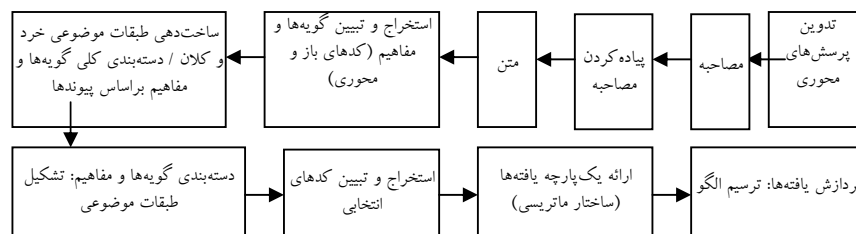
پس از تدوین طرح تحقیق و وصول آمادگی مصاحبه‌شونده‌ها طبق برنامه زمان‌بندی - شده، از طریق گفت‌وگو حول پرسش‌های محوری (به جای پرسش و پاسخ)، ثبت

-
1. Turning points of dialogue
 2. Crystallization
 3. Triangulation

شنیداری و نوشتاری مصاحبه‌ها و سپس پیاده‌سازی متن گفتگوهای صورت گرفته حول سؤالات محوری، در قالب فرم‌های تدارک دیده شده، اقدام و بعد از گردآوری فرم‌های تکمیل شده و پیاده‌سازی متن شنیداری مصاحبه‌ها، نسبت به پالایش، بازخوانی، دسته‌بندی و ارائه یافته‌ها مبادرت شد. روند تحلیل (نمودار شماره ۱) همراه با یافته‌ها (جدول شماره ۱) در قسمت بعد آمده است.

یافته‌ها

در این تحقیق، تحلیل و ارائه یافته‌های حاصل از مصاحبه‌گری بر ترکیب رویه کدگذاری طبقه‌بندی شده‌ی موضوعی و نیز روند کدگذاری رایج در نظریه پردازی زمینه‌زا (تئوری بنیانی)^۱ مشتمل بر فرایند ۳ گامه‌ای کدگذاری باز^۲، کدگذاری محوری^۳ و کدگذاری انتخابی^۴ و در نتیجه، تلفیق مضامین و مفاهیم حاصل استوار بوده است. این مراحل، همواره با هم در پیوند هستند و هم‌پوشانی دارند و به ترتیب نسبت به متن حالتی انتزاعی‌تر و تفسیری‌تر به خود می‌گیرند (شکل شماره ۱).



نمودار ۱. سیر روش‌شناختی تحلیل اطلاعات و داده‌ها

برخی از کدها یا درواقع مضامین و مفاهیم در این تحقیق، به‌طور مستقیم از متن

1. Grounded Theory
2. Open Coding
3. Axial Coding
4. Selective Coding

گفته‌های مصاحبه‌شوندگان برگرفته شده است (کدهای بروزبانده^۱) و برخی دیگر، به صورت محقق‌ساخته، با عنایت به مفاهیم و مضامین برگرفته‌شده از مرور مبانی نظری و ادبیات رایج حوزه کسب و کار و کارآفرینی و شواهد تجربی به‌دست آمده است (کدهای پیش‌ساخته یا کدهای محقق‌ساخته) و به منظور بازنمایی دیدگاه‌های پاسخ‌گویان در قالب مفاهیم رایج مطرح شده‌اند.

بنا به ماهیت مصاحبه‌ها و ساختارمندی آنها حول موضوعات یا سؤالات محوری، بر برگزیده‌شدن برخی طبقات موضوعی تلاش شد. این طبقات، که بنا بر کدگذاری موضوعی مدنظر قرار گرفته، از بطن محورهای مطرح‌شده برای هدایت مصاحبه‌ها برگزیده شده‌اند. پس از مشخص‌شدن طبقات یا کدهای موضوعی، به استخراج کدهای باز مبادرت شد، که بر اساس تحلیل محتوای کیفی به‌طور مستقیم از گفته‌های مصاحبه‌شوندگان برگرفته شده است و در حقیقت، به گفته‌های مصاحبه‌شوندگان ربط مستقیم دارند. پس از کدگذاری باز، در مرحله بعد، یعنی در طی کدگذاری محوری تلاش شده است تا با انتخاب مضامین و مفاهیم محوری و نمایا از بین کدهای باز اقدام شود. در این بین، تلاش شده است تا از بین کدهای باز، آن کدهایی انتخاب شوند که برای بازنمایی و پوشاندن دیگر کدها و شکل‌گیری مقوله‌ها قابلیت دارند. در واقع اگر کدهای باز به مثابه مفاهیم و مضامین خرد در نظر گرفته شوند، کدهای محوری نقش سازه‌ها یا مفاهیم کلی را ایفا می‌کنند. به دلیل رعایت اختصار، در ساختار یک‌پارچه یافته‌ها (جدول شماره ۱)، کدهای محوری و باز در یک ستون ارائه (ستون سوم) و در مرحله بعد به کدگذاری انتخابی اقدام شده است تا مقوله‌های محوری برای گروه‌بندی و برقراری پیوند بین مفاهیم برخاسته از مرحله پیشین کدگذاری تدوین شده یا گویه‌هایی در نقش گزاره‌های مفهومی نمایای کدهای باز و محوری بیان شود (ستون چهارم). لازم به ذکر است بیشتر گزاره‌های مطرح در ستون آخر، به شیوه‌ای تاویلی^۲ و با توجه به

-
1. Emerging Codes
 2. Hermeneutic

مفهوم و برداشت برآمده از مجموع کدهای باز/ محوری (ستون سوم) تدوین شده است.

جدول ۱. ساختار ماتریسی تحلیل داده‌ها و اطلاعات و ارائه یک پارچه یافته‌ها

کدهای انتخابی/ گزاره‌ها	کدها (مفاهیم و گویه‌ها) باز/ محوری	طبقه موضوعی خرد	طبقه موضوعی کلان
درآمدزایی مقتضی بر پایه بهره‌برداری از منابع و سرمایه‌های موجود یا تأمین- شده، سرمایه‌گذاری، دارایی، مالکیت	کسب درآمد مستقل، کسب درآمد بیشتر، بهره‌برداری از سرمایه بدون استفاده موجود، استفاده از سرمایه خانواده (سرمایه پدری)، نیازمندی مالی، امرار معاش، سرمایه‌گذاری (مستقل، خانوادگی، مشترک با دیگران)، کسب سرمایه و افزایش آن، کسب و افزایش دارایی‌های تحت مالکیت خویش، داشتن پس‌انداز مطمئن	اقتصادی	انگیزه‌مندی و هدف‌مندی ایجاد فردی، ویژگی‌ها، انگیزه‌ها و اهداف
کسب منزلت اجتماعی، توان- مندسازی خانواده، هم‌پاری اجتماعی، سهم شدن در توسعه اجتماعی	کسب منزلت اجتماعی، کمک به امرار معاش خانواده، کمک به نزدیکان، کمک به جامعه، ایجاد شغل برای اعضای خانواده، کمک به رونق اقتصادی منطقه، ایجاد اشتغال در منطقه	اجتماعی	
کسب یک فرصت شغلی برای خود، داشتن یک کار چالش‌برانگیز، پیاده‌کردن ایده‌ای نو و نوآوری در زمینه کشاورزی، تغییر شغل، بیزاری از استخدام و زندگی کارمندی، کسب آزادی عمل در شغل و کسب و کار (کسب استقلال شغلی)، ارضای حس مدیریت‌گری و کارفرمایی، مدیریت کسب و کار، مولد علاقه به فعالیت کشاورزی (جاذب و سرزنده‌بودن کشاورزی)، پرکردن وقت خویش به‌نحو سازنده (پس از دوران بازنشستگی/ اشتغال پاره‌وقت سازنده‌بودن، ماهیت شغلی در کنار شغل فعلی)، تداوم شغل پدری، پیاده‌کردن آموخته‌های حاصل از تحصیلات، ترغیب و تشویق دوستان و نزدیکان، علاقه به فعالیت در بازار	کسب یک فرصت شغلی برای خود، داشتن یک کار چالش‌برانگیز، پیاده‌کردن ایده‌ای نو و نوآوری در زمینه کشاورزی، تغییر شغل، بیزاری از استخدام و زندگی کارمندی، کسب آزادی عمل در شغل و کسب و کار (کسب استقلال شغلی)، ارضای حس مدیریت‌گری و کارفرمایی، مدیریت کسب و کار، مولد علاقه به فعالیت کشاورزی (جاذب و سرزنده‌بودن کشاورزی)، پرکردن وقت خویش به‌نحو سازنده (پس از دوران بازنشستگی/ اشتغال پاره‌وقت سازنده‌بودن، ماهیت شغلی در کنار شغل فعلی)، تداوم شغل پدری، پیاده‌کردن آموخته‌های حاصل از تحصیلات، ترغیب و تشویق دوستان و نزدیکان، علاقه به فعالیت در بازار	فردی / روانی / حرفه‌ای	
داشتن ایده، روحیه کارفرمایی، تحمل عدم رشد و مشخص بودن همه امور به‌ویژه در ابتدای کار، داشتن تجربه کاری اولیه، داشتن همت والا، توان تأمین منابع (داشتن سرمایه یا هنر تأمین منابع)، تلاش و پستی‌مردی، اجتماعی‌بودن، اعتماد به نفس، اعتماد به دیگران تا حد ممکن، خوش‌بین بودن، یاری‌جستن از آموزه‌های دیگران، همواره دنبال یادگیری‌بودن، میل به پیشرفت‌داشتن و برتری‌بودن، انکای به خدا و یاری معنوی، تن به کار عملی دادن و مرد عمل بودن، شور و اشتیاق و علاقه به کار، امید داشتن، خلاق و متفاوت عمل کردن، توانایی رویارویی با خطرات و مشکلات، تحمل شکست و از نو شروع کردن با عدم تکرار شکست، تداوم و استقامت در کار علی‌رغم وجود مشکلات، اشباع نشدن، درجانه‌زدن و قانع‌ نبودن به وضع موجود	داشتن فکر اقتصادی، داشتن حس کارفرمایی و مدیریتی، آسادی برای تغییر شغل و جایجایی شغلی، تحمل عدم رشد و مشخص بودن همه امور به‌ویژه در ابتدای کار، داشتن تجربه کاری اولیه، داشتن همت والا، توان تأمین منابع (داشتن سرمایه یا هنر تأمین منابع)، تلاش و پستی‌مردی، اجتماعی‌بودن، اعتماد به نفس، اعتماد به دیگران تا حد ممکن، خوش‌بین بودن، یاری‌جستن از آموزه‌های دیگران، همواره دنبال یادگیری‌بودن، میل به پیشرفت‌داشتن و برتری‌بودن، انکای به خدا و یاری معنوی، تن به کار عملی دادن و مرد عمل بودن، شور و اشتیاق و علاقه به کار، امید داشتن، خلاق و متفاوت عمل کردن، توانایی رویارویی با خطرات و مشکلات، تحمل شکست و از نو شروع کردن با عدم تکرار شکست، تداوم و استقامت در کار علی‌رغم وجود مشکلات، اشباع نشدن، درجانه‌زدن و قانع‌ نبودن به وضع موجود	قابلیت‌ها و توان‌مندی‌های فردی	ایجاد کسب و کار، صلاحیت‌ها، قابلیت‌ها و کارکردهای کسب و کارهای کشاورزی
بهره‌گیری از روش‌های جدید و ابزار و فناوری‌های پیشرفته، تأمین منابع و نهاده‌های با کیفیت (خاک خوب، ارقام پربازده و مقاوم، ...)، مدیریت صحیح مخارج (هزینه‌کرد براساس اصول بودجه)، صرفه‌جویی و مصرف بهینه نهاده‌ها، تأمین نهاده‌های کم‌هزینه‌تر، حفظ بستر و زمینه طبیعی (منابع طبیعی و محیط زیست) کسب و کار، یافتن و بهره‌برداری از پتانسیل‌ها و مزیت‌های ناشناخته و منابع استفاده‌نشده در سطح منطقه، هم‌سازی کسب و کارهای کشاورزی با محیط بوم- شناختی پیرامونی (کسب و کار سبز)	بهره‌گیری از روش‌های جدید و ابزار و فناوری‌های پیشرفته، تأمین منابع و نهاده‌های با کیفیت (خاک خوب، ارقام پربازده و مقاوم، ...)، مدیریت صحیح مخارج (هزینه‌کرد براساس اصول بودجه)، صرفه‌جویی و مصرف بهینه نهاده‌ها، تأمین نهاده‌های کم‌هزینه‌تر، حفظ بستر و زمینه طبیعی (منابع طبیعی و محیط زیست) کسب و کار، یافتن و بهره‌برداری از پتانسیل‌ها و مزیت‌های ناشناخته و منابع استفاده‌نشده در سطح منطقه، هم‌سازی کسب و کارهای کشاورزی با محیط بوم- شناختی پیرامونی (کسب و کار سبز)	تأمین و بهره‌برداری بهره‌ورانه و مدیریت منابع تولید	
تناسب ترکیب (تعداد و تخصص) نیروی کار با نیازهای کسب و کار، درنظر گرفتن معیار تخصص و تجربه کاری برای انتخاب نیروی کار، توجه نیروی کار تازه‌کار، مشارکت دادن کارکنان در تصمیم‌گیری‌ها، انگیزشی، توسعه حرفه‌ای، برگزاری نشست‌های مشترک و نظرخواهی از آنها، آموزش کارکنان و نیروی کار، گردش کاری و اختیار عمل دادن به کارکنان، حفظ رابطه خوب با کارکنان، تنظیم رابطه با کارگران با توجه به شخصیت آنها، کمک مالی و ایجاد انگیزه در کارکنان با توجه و کمک به رفع نیازهای آنها، رعایت قوانین کار	تناسب ترکیب (تعداد و تخصص) نیروی کار با نیازهای کسب و کار، درنظر گرفتن معیار تخصص و تجربه کاری برای انتخاب نیروی کار، توجه نیروی کار تازه‌کار، مشارکت دادن کارکنان در تصمیم‌گیری‌ها، انگیزشی، توسعه حرفه‌ای، برگزاری نشست‌های مشترک و نظرخواهی از آنها، آموزش کارکنان و نیروی کار، گردش کاری و اختیار عمل دادن به کارکنان، حفظ رابطه خوب با کارکنان، تنظیم رابطه با کارگران با توجه به شخصیت آنها، کمک مالی و ایجاد انگیزه در کارکنان با توجه و کمک به رفع نیازهای آنها، رعایت قوانین کار	توسعه منابع انسانی	

	ارتباطات و پیوندها	<p>ارتباط با کسب و کارهای موفق و برتر، عضویت در تشکیلات صنفی موجود (اتحادیه‌ها و اصناف: همانند اتحادیه پرورش دهندگان ماهیان گرم آبی و ...)، مشارکت در ایجاد تعاونی و اتحادیه برای تأمین نهاده‌ها، کسب حمایت‌های صنفی و ...، همکاری‌های فنی با شرکت‌های خارجی؛ پیوند با نمایندگی‌های داخلی شرکت‌های خارجی و شرکت‌های بزرگ داخلی برای تأمین نهاده‌های مورد نیاز، بازاریابی و فروش محصولات در بازارهای خارجی و ...، حفظ رابطه خوب با بانک‌ها، برقراری ارتباط با خریداران و مراکز فروش (کارگزاران بازار)، قدرت لابی‌گری و رایزنی و روابط عمومی قوی، دقت در انتخاب همکاران و شرکا، شناخت رقبا و دست‌اندرکاران حوزه کسب و کار (تأمین‌کنندگان نهاده‌ها و خدمات، بازار و ...) و حفظ رابطه اعتماد‌آمیز با آنها، پایش رقبا (چشم‌داشتن به رقبا)</p>
	مدیریت بازار	<p>شناخت بازار (های) هدف، بازاریابی قوی (استخدام بازاریاب، هم‌کاری با مراکز توزیع، انعقاد قرارداد با شرکت‌ها و مراکز دولتی، قرارداد اینترنتی با شرکت‌های خارجی، شرکت در مناقصه‌ها و نمایشگاه‌ها، مزایده‌ها)، بازاریابی مناسب محصول برای حفظ کیفیت (انتقال ماهی زنده به بازار مصرف، گل و قارچ و ...)، ارتباط خوب با مشتری، حفظ مشتری، تنوع بسته‌بندی مناسب، آشنایی با نیاز و سلیقه مشتری، مدیریت فروش، کانال‌های بازاریابی، پیش‌بینی تقاضای بازار (تشخیص و تحلیل بازار)، درک سلیقه و داشتن بازاریابی خواست‌های مشتریان، کسب بازخورد نظرات مشتریان و اعمال مناسب آن در تولید و عرضه محصولات، تبلیغات از طریق کانال‌های مناسب (جراید محلی، صدا و سیما، شرکت در نمایشگاه‌ها، چاپ و توزیع کارت، پوستر و سالنامه و رعایت اصل "کیفیت محصولات بهترین تبلیغ است")، اولویت دادن به حفظ کیفیت محصول و عرضه محصول خوب به عنوان عامل ماندگاری و کسب شهرت، قدرت چانه‌زنی در فروش محصولات، تعامل مستقیم با بازار به‌جای واسطه‌ها، کار فرهنگی و اطلاع‌رسانی برای جذب مشتری به‌ویژه در مورد محصولات تازه، یافتن خلاقانه بازار (ارائه محصول در خارج از فصل طبیعی تولید)، چشم‌داشتن به بازارهای بالاتر و پایش مستمر بازارهای موجود، ساز و کار فروش چندگانه (مستقیم به مصرف‌کننده، واسطه‌ها، تعاونی، عمده فروش‌ها و ...)</p>
	مدیریت کسب و کار و کارکردهای حرفه‌ای در زمینه کسب و کار	<p>نوشتن طرح توجیهی و طرح کسب و کار مناسب، تلاش برای ارتقا و حفظ مستمر کیفیت محصولات، رعایت بهداشت و سایر استانداردهای لازم در خصوص کیفیت محصولات، حفظ توان رقابت در بلندمدت، کسب و کار، برنامه‌ریزی، پایش مستمر امور (بالای سر کار بودن)، افزایش مستمر بهره‌وری، تغییر محصول به صورت نوآورانه و با دیدن همه جوانب (بازار، امکانات و ...)، اولویت‌بخشی به حفظ و تنوع‌بخشی به محصولات به مرور زمان، تنوع‌بخشی به کسب و کار (داشتن کسب و کارهای جداگانه/داشتن کسب و کار تکمیلی با توجه به فضلی بودن برخی کسب و کارهای کشاورزی)، عرضه یک محصول زودبازده برای تأمین مخارج اولیه تا رسیدن به مرحله عرضه محصولات اصلی، مدیریت زمان، داشتن برنامه، نگاه بلندمدت و داشتن دورنما در کسب و کار، هزینه‌کرد بر اساس حساب و کتاب تغییر حوزه کسب و کار در صورت تشخیص، نوآوری، عدم تقلید کورکورانه، تصمیم‌گیری به اقتضای شرایط، سرمایه‌گذاری مستمر، بازنگری و تغییر رویه و ساختار مدیریتی، داشتن حداقل سرمایه یا منابع مورد نیاز یا اعتبار یا پشتوانه اعتباری برای شروع، رعایت اصول اخلاقی در حوزه کسب و کار، کسب و توسعه برند تجاری</p> <p>داشتن چشم‌انداز و آینده‌نگری برای توسعه کسب و کار، برنامه‌ریزی، ظرفیت‌سازی برای رقابت با ارتقای کیفیت محصول، پایش مستقیم امور کسب و کار، رعایت استانداردها، افزایش بهره‌وری، نوآوری در آگاهانه، مدیریت زمان در چرخه توسعه کسب و کار و عرضه محصول، تصمیم‌گیری، اقتضای شرایط، سرمایه‌گذاری، حسابداری و بودجه‌بندی، توسعه زنجیره کسب و کار از تولید، فراوری، بسته‌بندی، بازاریابی و بازاریابی، عرضه در بازار برای کسب ارزش افزوده بیشتر</p>

<p>یادگیری و حرفه‌آموزی در زمینه کسب و کار</p>	<p>آشنایی و آگاهی کامل اولیه نسبت به کسب و کار پیش از شروع، مشورت با کارآفرینان و دارندگان کسب و کار و افراد صاحب تجربه، بهره‌گیری از نظرات کارشناسان، استفاده از دانش روز، پیوند با کارشناسان خیره منطبقه، کاربرد روش‌ها و فنون جدید همراه با کسب دانش فنی مرتبط، شرکت در همایش‌ها، شرکت در دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت، استفاده از مواد آموزشی و خودیادگیری (بولتن‌ها و نشریات)، جزوات آموزشی، کتابچه، فیلم و...، تعامل با مراکز دانشگاهی و شرکت‌های تخصصی، تحصیلات مرتبط، کسب مستمر اطلاعات، کسب اطلاعات از نشریات، رادیو و تلویزیون و افسراد طرف تعامل، کسب اطلاعات به روز از طریق اینترنت، تلفیق تجربه و اطلاعات به‌روز، کارآموزی عملی در کسب و کارهای دایر برای کسب تجربه لازم در شروع کار، یادگیری کسب تجربه به مرور زمان در جریان کار، بهره‌گیری از نیروی کسب مجرب و استفاده از تجربه آنها، استخدام کارشناسان کشاورزی، دعوت از کارشناسان برای بازدید از کسب و کار خویش، بازدید از کسب و کارهای دایر، یادگرفتن نحوه مکاتبات و زبان خارجی برای ارتباطات بین‌المللی، بهره‌گیری از مشاوره در زمینه‌های حقوقی، مالی، تخصصی و فنی، حسابداری و بازاریابی، چاره‌جویی برای ریسک بالای کسب و کار کشاورزی، تعدد فعالیت‌ها و نهادهای مورد استفاده، پیچیدگی نسبی فناوری تولید در کسب و کار کشاورزی، نصب و نگهداری مناسب تأسیسات، بالابودن نسبی مدت زمان شروع تا رسیدن به تولید و عرضه محصول</p>	<p>آگاهی اولیه و شناخت وضعیت حوزه کسب و کار، شناخت محیط پیرامون، دانش تخصصی، توسعه حرفه‌ای، کسب دانش ضمنی، منابع آموزشی و یادگیری، جویب مستمر اطلاعات، دانش‌افزایی و یادگیری مستمر، یادگیری تجربی حین کار، کارآموزی و کارورزی به شیوه استاد - شاگردی، یادگیری خودگردان، یادگیری عملی، یادگیری متقابل در محیط کار، مشاوره با صاحب نظران/یادگیری خودگردان</p>
<p>پشت‌گرمی خانواده، شانس، لطف خداوند</p>	<p>حمایت خانواده، حمایت معنوی</p>	
<p>فضای حمایتی</p>	<p>تخصیص یارانه (کاهش تعرفه آب، برق، سوخت، حمل و نقل، بیمه و...) به کسب و کارهای کشاورزی، به‌ویژه در مراحل اولیه فعالیت، معافیت مالیاتی و معافیت‌های مربوط به سود بازرگانی برای کسب و کارهای کشاورزی، به‌ویژه در شهرستان‌ها و مناطق دورافتاده، حمایت از راه‌اندازی شکل‌های تعاونی و کسب و کارهای گروهی در بخش کشاورزی با اولویت دانش‌آموختگان کشاورزی، اطلاع‌رسانی در خصوص ابعاد و روند راه‌اندازی کسب و کار کشاورزی به گروه‌های هدف، مانند دانش‌آموختگان کشاورزی، متقاضیان تسهیلات و...، معرفی فرصت‌ها و اولویت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی در سطح ملی و منطقه‌ای، کاهش سود تسهیلات بانکی، زمان‌بندی مناسب پرداخت اعتبارات و افزایش مدت زمان تنفس در بازپرداخت اعتبارات، افزایش میزان تسهیلات بانکی، ساده‌سازی شرایط پرداخت تسهیلات بانکی، اصلاح روند پرداخت تسهیلات بانکی به متقاضیان، نظارت کارشناسی بر هزینه کرد اعتبارات پرداختی، مجوزدهی متناسب با ظرفیت‌های کسب و کار هر منطقه، تنظیم بازار محصولات کشاورزی در مواقع مورد نیاز از طریق قیمت‌گذاری و خرید تضمینی، سیاست‌های صادرات و واردات محصولات کشاورزی و فراورده‌های غذایی، کمک به سازمان‌دهی تولیدکنندگان و دارندگان کسب و کارهای کشاورزی در قالب اتحادیه‌ها و اصناف و قدرت‌بخشی به آنها در امور برنامه‌ریزی، ارائه خدمات حمایتی، نظارت و... توسعه زیرساخت‌ها و امکانات (واگذاری زمین، برق کشی، جاده کشی، ساخت شهرک‌ها و مجتمع‌های گلخانه‌ای، گلخانه‌های الگو و...) و تأمین نهاده‌های کشاورزی در مواقع مورد نیاز، تسهیلات حمایتی برای اشتغال نیروی کار (پرداخت حق بیمه، پاداش و...) و متناسب کردن قوانین کار با شرایط کسب و کارهای کشاورزی، تسهیل و قانون‌مند کردن همکاری دارندگان کسب و کارهای کشاورزی</p>	<p>تسهیل‌گری نهادی (کارآفرینی نهادی دولت)، هدفمندسازی روند حمایت از کسب و کارهای کشاورزی، ثبات قوانین و سیاست‌های مرتبط با فعالیت کسب و کارهای کشاورزی، اطلاع‌رسانی، هماهنگ‌سازی و ساده‌سازی روند اداری مربوط به راه‌اندازی کسب و کار در بخش کشاورزی (آسانی ورود و خروج در فضای کسب و کار کشاورزی)، کمک به سامان‌دهی نهادمند کسب و کارهای کشاورزی، تنظیم بازار محصولات کشاورزی، سیاست‌های صادرات و واردات کشاورزی، تسهیل امور گمرکی و صادرات و واردات مربوط به کسب و کارهای کشاورزی، تسهیل همکاری‌های خارجی کسب و کارهای کشاورزی، ارائه مشاوره و تسهیلات و توسعه زیرساخت‌ها، ارائه مشوق‌های کشاورزی</p>

1. learning by doing
2. mentoring

تیین مؤلفه‌های توسعه کسب و کارهای کشاورزی ...

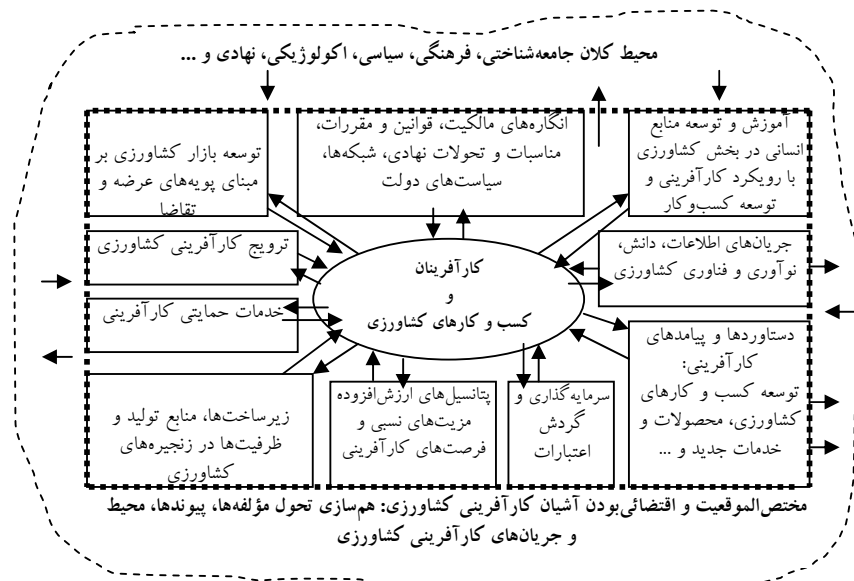
<p>اقتصادی و نهادی، تنظیم و پایش قوانین و استانداردهای مربوط به کسب و کار، کیفیت، بهداشت و محیط زیست در مجوز و تسهیلات برای راه‌اندازی کسب و کارهای کشاورزی، هماهنگ‌سازی دستگاه‌های دولتی ذی‌ربط در امور کسب و کارهای کشاورزی، شناسنامه‌دار کردن و ثبت رسمی کسب و کارهای کشاورزی، سیاست‌های ارزی و گمرکی و ارایه تسهیلات برای حمل و نقل هوایی جهت تسهیل صادرات محصولات کشاورزی، کمک به توسعه پوشش بیمه‌ای کسب و کارهای کشاورزی متناسب با خطرات تهدید کننده این کسب و کارها</p> <p>کسب و کارهای کشاورزی، حمایت از کسب و کارهای گروهی دانش‌آموختگان کشاورزی</p>	<p>با شرکت‌های خارجی برای واردات نهاده‌ها و دانش فنی و صدور محصولات و سرمایه‌گذاری مشترک، ترغیب همکاری شرکت‌ها و مراکز بزرگ دولتی با دارندگان کسب و کارهای کشاورزی در زمینه تأمین نهاده‌ها، فروش محصولات و ...، ساده‌سازی روند اداری کسب و کارهای کشاورزی، تسهیلات برای راه‌اندازی کسب و کارهای کشاورزی، هماهنگ‌سازی دستگاه‌های دولتی ذی‌ربط در امور کسب و کارهای کشاورزی، شناسنامه‌دار کردن و ثبت رسمی کسب و کارهای کشاورزی، سیاست‌های ارزی و گمرکی و ارایه تسهیلات برای حمل و نقل هوایی جهت تسهیل صادرات محصولات کشاورزی، کمک به توسعه پوشش بیمه‌ای کسب و کارهای کشاورزی متناسب با خطرات تهدید کننده این کسب و کارها</p>	
<p>وضعیتی بودن کسب و کار در بخش کشاورزی به لحاظ منابع و ظرفیت‌ها، مزیت‌های نسبی، شرایط اقلیمی و بوم‌شناسی کشاورزی: پهنه‌بندی بوم‌شناسی کارآفرینی کشاورزی / ترسیم جغرافیای کشاورزی</p>	<p>تناسب کسب و کار (محصولات) با اقلیم منطقه، وجود مزیت‌های منطقه‌ای برای توسعه کسب و کارهای کشاورزی در منطقه، تأثیرگذاری شرایط اقلیمی و تعدد عوامل محیطی تأثیرگذار بر تولید (کیفیت آب و خاک، رطوبت، تهویه، دما، نور، آفات و بیماری‌ها و ...)، فصلی‌بودن تولید در مورد برخی محصولات، خطرات طبیعی (سرمزدگی و یخبندان، خشک‌سالی، شیوع آفات و امراض و بیماری‌ها، طوفان و یاز، تغییر رطوبت و غیره)، فصلی‌بودن تولید یا فصلی‌بودن فعالیت برخی کسب و کارهای کشاورزی یا کاهش و تعطیلی مقطعی فعالیت آنها ناشی از محدودیت تأمین نهاده‌ها برای تولید و فراوری محصول در زمان خاصی از سال، فصلی‌بودن بازار برخی محصولات، محدوده زمانی مناسب بودن شرایط اقلیمی برای تولید.</p>	<p>محیط طبیعی کسب و کار</p>
<p>زیرساخت‌های توسعه‌ای و عمرانسی منطقه‌ای، در دسترس‌بودن تسهیلات و خدمات فنی و تخصصی، توسعه یافتگی بازار نهاده‌ها و محصولات کشاورزی، فرهنگ مصرف، رقابتی‌بودن وجود بازارهای محلی، دسترسی به کارشناسان خبره در سطح منطقه، وجود خدمات پس از برداشت، امکانات فراوری، نگهداری (سردخانه کسب و کار، کسب و کار، فرهنگ کسب و کار، فعالیت مجتمع‌ها و شهرک‌های گلخانه‌ای، فعال‌بودن کسب و کارهای کشاورزی در سطح منطقه، سطح فناوری و توان تولید کسب و کارهای فعال منطقه، میزان "دست‌رودست‌بودن" (تنوع و تعدد کسب و کارهای کشاورزی در منطقه)، وجود تقاضا برای محصولات کسب و کارهای کشاورزی، استقبال مردم از محصولات جدید، میزان نوسان قیمت نهاده‌ها و محصولات کشاورزی، امنیت سرمایه‌گذاری، نرخ تورم، ثبات سیاست‌های دولت در زمینه واردات، صادرات، قیمت‌گذاری، پرداخت تسهیلات بانکی، قوانین و مقررات اداری و غیره، فعالیت مؤثر اتحادیه‌ها و اصناف مربوط به کسب و کارهای کشاورزی، شفافیت بازار، حکمیت فرهنگ تولید و کارآفرینی به جای واسطه‌گری در سطح جامعه، هماهنگی محیط کسب و کار و سیاست‌های داخلی با تحولات و بازارهای بین‌المللی، توسعه بورس محصولات کشاورزی</p>	<p>در دسترس‌بودن سوخت، برق، تلفن، گاز، جاده و امکانات حمل و نقل برای بازررسانی مناسب محصولات کشاورزی با توجه به ماندگاری کم، فسادپذیری و اهمیت حفظ تازگی آنها، دسترسی به دانش فنی و فناوری، دسترس‌بودن تسهیلات و خدمات فنی و تخصصی، توسعه یافتگی بازار نهاده‌ها و محصولات کشاورزی، فرهنگ مصرف، رقابتی‌بودن وجود بازارهای محلی، دسترسی به کارشناسان خبره در سطح منطقه، وجود خدمات پس از برداشت، امکانات فراوری، نگهداری (سردخانه کسب و کار، کسب و کار، فرهنگ کسب و کار، فعالیت مجتمع‌ها و شهرک‌های گلخانه‌ای، فعال‌بودن کسب و کارهای کشاورزی در سطح منطقه، سطح فناوری و توان تولید کسب و کارهای فعال منطقه، میزان "دست‌رودست‌بودن" (تنوع و تعدد کسب و کارهای کشاورزی در منطقه)، وجود تقاضا برای محصولات کسب و کارهای کشاورزی، استقبال مردم از محصولات جدید، میزان نوسان قیمت نهاده‌ها و محصولات کشاورزی، امنیت سرمایه‌گذاری، نرخ تورم، ثبات سیاست‌های دولت در زمینه واردات، صادرات، قیمت‌گذاری، پرداخت تسهیلات بانکی، قوانین و مقررات اداری و غیره، فعالیت مؤثر اتحادیه‌ها و اصناف مربوط به کسب و کارهای کشاورزی، شفافیت بازار، حکمیت فرهنگ تولید و کارآفرینی به جای واسطه‌گری در سطح جامعه، هماهنگی محیط کسب و کار و سیاست‌های داخلی با تحولات و بازارهای بین‌المللی، توسعه بورس محصولات کشاورزی</p>	<p>محیط کلان اقتصادی، اجتماعی و نهادی کسب و کارهای کشاورزی</p> <p>محیط، زیرساخت و فضای کسب و کار</p>

نتیجه

برای نتیجه‌گیری از یافته‌های تحقیق، مانند روش رایج در پژوهش‌های کیفی، به‌ویژه تئوری بنیانی، به پردازش یافته‌ها مبادرت شده است. به این منظور، پس از کدگذاری و ساخت‌دهی یک‌پارچه یافته‌های تحقیق (جدول شماره ۱) برای پردازش این یافته‌ها از طریق مفهوم‌پردازی رایج در روش‌شناسی سیستم‌های نرم^۱ اقدام شده است. در ابتدا به استخراج مفاهیم محوری^۲ از بطن ساختار یک‌پارچه یافته‌ها (از بین طبقات موضوعی، کدهای محوری، کدهای انتخابی و گزاره‌ها در جدول شماره ۱) و ساخت‌دهی مفاهیم نمایا^۳ برای بازنمایی و تبیین سایر یافته‌ها اقدام شد. هر ۲ دسته از این مفاهیم با ماهیت چتری^۴، از توانایی بازنمایی یا نمایندگی و پوشش دسته‌ای از مفاهیم خرد دارای پیوند و مضمون مشترک^۵ برخوردار هستند. هر یک از این مفاهیم دارای پیوندهای صریح یا ضمنی چندگانه با کدهای انتخابی در جدول شماره ۱ هستند. پس از این مرحله، نوبت به پیوندزنی^۶ مفاهیم حاصل برای رسیدن به یک الگوی یک‌پارچه رسیده است. برقراری پیوند بین مفاهیم بر مبنای قرابت نظری/مفهومی^۷ برآمده از مرور پیشینه موضوع در خصوص مؤلفه‌های نظام و فرایند کسب و کار و کارآفرینی (زاهدی، ۱۳۸۶، ۱۲۳-۱۳۱؛ دانایی‌فرد و همکاران، ۱۳۸۲، ۲۲۱-۲۶۰؛ سامبروک و روبرتز^۸، ۲۰۰۵، ۴۱؛ کوهن و همکاران^۹، ۲۰۰۸، ۱۵۷؛ روس^{۱۰}، ۲۰۰۵، ۲۷۹؛ همیلسکی و همکاران^{۱۱}، ۲۰۰۷، ۸۶۵؛ استفن^{۱۲}، ۲۰۰۵، ۴۱۳؛ آدریش و کیلساخ^{۱۳}، ۲۰۰۷، ۳۳۳۵۲؛ کوهن، ۲۰۰۶، ۱)، پیوندهای تصریح‌شده از سوی پاسخ‌گویان که در متن مصاحبه آمده و استنباط محققان بر

1. Soft Systems Methodology
2. Axial concepts
3. Reprehensive concepts
4. Umbrella concepts
5. Thematic communalilty
6. linking
7. Theoretical/conceptual Proximity
8. Sambrook and Roberts
9. Cohen & et al
10. Rouse
11. Hmieleski & et al
12. Stephen
13. Audretsch & Keilbach

پایه درک حاصل در جریان تحقیق صورت گرفته است. با توجه به هم‌پیوندی مفاهیم در نقش مؤلفه‌های یک نظام و یکپارچگی و وحدت آنها در تعامل با محیط پیرامون که از خصایص بارز یک سیستم است. همچنین با در نظر گرفتن مضمون مشترک همایی مؤلفه‌های مفهومی مزبور، یعنی توسعه کسب و کار و کارآفرینی در بخش کشاورزی، الگوی حاصل با عنوان "نظام توسعه کارآفرینانه کسب و کارهای کشاورزی"^۱ نام‌گذاری شده است (نمودار شماره ۲).



نمودار ۲. نظام توسعه کسب و کار و کارآفرینی کشاورزی

از منظر نظام ترسیم‌شده، توسعه کارآفرینی و کسب و کارهای کشاورزی، بسان یک فرایند، شکل‌گیری و تداوم آن فراهم‌بودن عواملی مختلف را نیاز دارد که همانند یک شبکه هم‌کنش از مؤلفه‌های سازنده و برساننده عمل می‌کنند. این برداشت تا حدودی از سوی وردمنن و وان در میرندونک (وردمنن و وان در میرندونک^۲، ۱۹۹۸، ۳۲) که

1. Entrepreneurial Development System of Agro-enterprises
2. Wurdemann & van de Meerendonk

تلاش کرده‌اند تا یک رهیافت کارآفرین‌مدار را برای توسعه کسب و کارهای فراروی محصولات غذایی در افریقا تدوین کنند، مطرح شده است.

هر یک از مؤلفه‌های نظام مزبور، بخشی از یک نظام دیگر (دانش، اطلاعات و فناوری، ترویج و آموزش، زیست‌بوم‌های کشاورزی، خدمات، اعتبارات کشاورزی و غیره) به‌شمار می‌روند. در واقع، نظام توسعه کسب و کار و کارآفرینی کشاورزی از هم‌گرایی و هم‌افزایی نظام‌های مختلف^۱ در یک بستر معین وجود می‌یابد. این نظام در یک وضعیت یا محیط خاصی پیدایش و نمو یافته و همواره با محیط پیرامون در تعامل است و پویایی‌های جاری بر کلیت نظام تأثیر می‌گذارد. این خصیصه در مفهوم آشیان کارآفرینی کشاورزی^۲ تبیین شده است و لزوم پرداختن به بوم‌شناسی یا جغرافیای کارآفرینی کشاورزی^۳ را ضرورت می‌بخشد. در کل، این دیدگاه ماهیت پیچیده، ارگانیک، چندنهادی، چندسطحی و چندزمینه‌ای (چندرشته‌ای) و با حضور کنش‌گران متعدد در فرایند توسعه کسب و کار و کارآفرینی در بخش کشاورزی، مانند یک سیستم نرم، باز و اجتماعی، و در کل، یک نظام پیچیده سازگار شونده^۴ را بازتاب می‌دهد و در نتیجه، اتخاذ رویکردی سیستمی و همه‌جانبه‌نگر در جریان برنامه‌ریزی، حمایت‌گری و مدیریت امور مرتبط با توسعه کارآفرینی و کسب و کار در بخش کشاورزی در ابعاد مختلف نهادی، توسعه زیرساخت‌ها، توسعه بازار، آموزش و غیره را التزام می‌بخشد. با توجه به مؤلفه‌های تبیین‌شده در شکل شماره ۲ و با توجه به یافته‌های ارائه‌شده در ماتریس یافته‌ها و مرور منابع صورت‌گرفته پیشنهادهای محوری ذیل را می‌توان با رویکردی ویژه به استان گلستان برای پیش‌برد توسعه کسب و کار و کارآفرینی کشاورزی ارائه داد:

۱. توسعه کسب و کار و کارآفرینی در بخش کشاورزی در سطوح استانی و ملی

1. system synergy
2. Agri-Entrepreneurship Niche
3. Agri-Entrepreneurship ecosystem
4. Complex Adaptive Systems

نیازمند برنامه‌ریزی و حمایت‌های نهادی است. برای این منظور، نیاز است در قالب یک رویکرد شبکه‌ای دست‌اندرکاران مختلف، اعم از سازمان جهاد کشاورزی، بانک کشاورزی، سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاهها و مؤسسات تحقیقاتی و غیره در تدوین سند استانی توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی مشارکت داده شوند. در این خصوص، سامان‌دهی و تقویت کنش‌گری نهادهای میانجی، نظیر انجمن کارآفرینان کشاورزی و شبکه کسب و کارهای کشاورزی در سطح استان می‌تواند مؤثر واقع شود. علاوه بر این، بازننگری سیاست‌ها، قوانین و مقررات و رویه‌های اداری و مناسبات نهادی به نفع توسعه کسب و کارهای کارآفرین در بخش کشاورزی و اصلاح نظام بهره‌برداری و ساختار تولید و مالکیت در بخش کشاورزی در راستای توسعه کسب و کارهای کشاورزی با توجه به پتانسیل‌ها و مزیت‌های نسبی استان گلستان قابل تأمل است. پیمایش و پایش مستمر و نظام‌یافته برای شناسایی و معرفی مزیت‌های نسبی و زمینه‌های کارآفرینی و توسعه کسب و کارهای کشاورزی در سطح استان، تدوین نظام یا بانک جامع اطلاعات کارآفرینی، اشتغال و کسب و کارهای کشاورزی در سطح استان، از دیگر مواردی است که می‌تواند در راستای برنامه‌ریزی راهبردی توسعه کسب و کارهای کارآفرین در بخش کشاورزی استان مدنظر قرار گیرد. بنا بر یافته‌های تحقیق و ماهیت کسب و کار، تأمین اعتبارات و گردش سرمایه نقشی مهم در توسعه کسب و کارهای کشاورزی در سطح استان دارد. در این خصوص، ساز و کارهایی همانند راه‌اندازی صندوق حمایت از کارآفرینی کشاورزی در سطح استان و کشور و تصویب اعطای تسهیلات اعتباری از سوی بانک‌ها به کارآفرینان و متقاضیان راه‌اندازی کسب و کارهای کشاورزی، به‌ویژه دانش‌آموختگان کشاورزی تحت عنوان وام‌های کارآفرینی و کسب و کار، به‌صورت فردی، تعاونی و گروهی پیشنهاد می‌شود؛

۲. بنا بر یافته‌های تحقیق و هم‌سو با نتایج برخی تحقیقات دیگر (خالدی و رحیم‌زاده، ۱۳۸۷، ۸۳-۱۰۴؛ شفیعی و پورجوپاری، ۱۳۸۵، ۲۳-۳۴)، مشکلات توسعه‌نیافتگی

بازار کشاورزی یکی از چالش‌های اساسی توسعه کسب و کارهای کارآفرین در این بخش به‌شمار می‌رود. در این خصوص، ساماندهی و تقویت اتحادیه‌ها (مانند اتحادیه گلخانه‌داران)، حذف واسطه‌ها از طریق تقویت بورس محصولات کشاورزی در سطح استان، گسترش تجارت الکترونیک در حوزه کسب و کارهای کشاورزی برای حضور در بازارهای منطقه‌ای و بین‌المللی و تقویت ظرفیت‌های بازاریابی کسب و کارهای موجود توصیه می‌شود؛

۳. با توجه به یافته‌های این تحقیق و دیگر تحقیقات صورت گرفته در خصوص نقش آموزش در توسعه کسب و کار و کارآفرینی (مقیم‌ی و احمدپورداریانی، ۱۳۸۷، ۲۴۰)، ساماندهی و گسترش خدمات مشاوره فنی، آموزش‌های کوتاه‌مدت و زودبازده برای متقاضیان راه‌اندازی کسب و کار و نیز دارندگان کسب و کارهای کشاورزی در سطح استان با همکاری سازمان آموزش‌های فنی - حرفه‌ای استان، سازمان جهاد کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان و سایر مراکز و مؤسسات آموزشی و پژوهشی فعال و دستگاه‌های اجرایی، به منظور توان-مندسازی شاغلان حوزه کسب و کارهای کشاورزی پیشنهاد می‌شود.

منابع

۱. احمدپورداریانی، محمود و فیض، داود (۱۳۸۰)، "نقش و جایگاه دولت در توسعه آموزش کارآفرینی کشور"، مدیریت، شماره‌های ۵۵ و ۵۶؛
۲. اسکندری، فرزاد (۱۳۸۵)، بررسی و تبیین راهکارهای توسعه کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشاورزی ایران (رساله دکتری)، گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی پردیس علوم کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران، کرج؛
۳. الوانی، سیدمهدی و رحمتی، محمدحسین (۱۳۸۷)، "بررسی اقتصادی زمینه‌های ایجاد کسب و کار در صنعت گل و گیاه زینتی (مطالعه موردی: استان قم)"، توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره اول؛
۴. چیدری، امیرحسین و زارع، احمد (۱۳۷۹)، "بررسی آثار اعتبارات تخصیص یافته به بخش کشاورزی استان مازندران از سوی بانک‌های ملی و کشاورزی"، اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال هشتم، شماره ۳۲؛
۵. خالدی، کوهسار و رحیم‌زاده، ایوب (۱۳۸۷)، "قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای فراروی صادرات کشاورزی ایران"، اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال شانزدهم، شماره ۶۲؛
۶. دانایی‌فرد، حسن؛ فروهی، مهشید و صالحی، علی (۱۳۸۶)، "ارتقای کارآفرینی در ایران: تحلیلی بر نقش دولت"، پژوهش بازرگانی، شماره ۴۱؛
۷. زاهدی، شمس‌السادات (۱۳۸۲)، "تحلیلی سیستمی از عوامل تأثیرگذار بر پدیده کارآفرینی"، مجموعه مقالات کارآفرینی و فناوری‌های پیشرفته، دانشگاه تهران و مؤسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی، تهران؛
۸. زمانی، غلامحسین و عزیزی‌خالخیلی، طاهر (۱۳۸۵)، "تحلیل نظرات مدیران اجرایی نسبت به اشتغال دانش‌آموختگان کشاورزی"، علوم ترویج و آموزش کشاورزی، جلد ۲، شماره ۲؛

۹. شریف‌زاده، ابوالقاسم؛ یداللهی فارسی، جهانگیر و مرادنژادی، همایون (۱۳۸۷)، "توسعه کسب و کارهای تعاونی کشاورزی بسان ساز و کارهای نهادی تلفیق کارآفرینی در فرایند توسعه پایدار کشاورزی"، چکیده مقالات همایش ملی تعاون و کارآفرینی، وزارت تعاون، معاونت تحقیقات، آموزش و ترویج دفتر ترویج و توسعه مشارکت‌های مردمی، تهران؛
۱۰. شفیعی، لادن و پورجوپاری، زهرا (۱۳۸۵)، "بررسی بازاریابی محصولات گلخانه‌ای در استان کرمان"، مجله کشاورزی، جلد ۸، شماره ۲، پاییز ۱۳۸۵؛
۱۱. صیامی، سحر و پیکانی، غلامرضا (۱۳۸۷)، "تعیین الگوی بهینه کشت زراعت تلفیقی متعارف و گلخانه‌ای با استفاده از مدل برنامه‌ریزی خطی چندبخشی"، اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال شانزدهم، شماره ۱۶، بهار ۱۳۸۷؛
۱۲. فلاح‌جلودار، ربیع؛ حسینی، فرج‌الله؛ حسینی، سیدجمال؛ حسینی، سیدمحمود و میردامادی، سیدمهدی (۱۳۸۶)، "عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی شمال کشور"، روستا و توسعه، سال ۱۰، شماره ۴؛
۱۳. فیض‌بخش، سیدعلیرضا؛ تجریشی، تقی‌خان و امیری، روجا (۱۳۸۲)، "اهداف برنامه‌های توسعه کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک"، رهیافت، شماره ۲۹؛
۱۴. قرقانی، اردوان (۱۳۸۵)، بررسی عوامل بازدارنده و پیش‌برنده توسعه کشت‌های گلخانه‌ای (مطالعه موردی استان اصفهان)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد. گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی پردیس علوم کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه تهران، کرج؛
۱۵. مرادنژادی، همایون؛ ایروانی، هوشنگ؛ شعبانعلی‌فمی، حسین؛ حسینی، سیدمحمود و کافی، محسن (۱۳۸۶)، "تحلیل سازه‌های مؤثر بر توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای در ایران"، علوم کشاورزی ایران، جلد ۳۸-۲، شماره ۴؛
۱۶. مقیمی، سیدمحمد؛ و احمدپورداریانی، محمود (۱۳۸۷)، "آموزش کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک و متوسط ایران: نیازها و راهکارها"، توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره اول؛

۱۷. یداللهی فارسی، جهانگیر؛ جان‌نثاری، سیدامیر و زمانی، محسن (۱۳۸۷)، "بررسی کارآفرینی درون سازمانی در سازمان‌های دولتی (مطالعه موردی: جهاد کشاورزی استان خوزستان)"، توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره اول؛
۱۸. یعقوبی، جعفر (۱۳۸۷)، "بررسی ساز و کارهای تقویت کارآفرینی در آموزش عالی کشاورزی"، مجموعه خلاصه مقالات همایش تحولات دانشگاه‌های ایران و چشم‌اندازی به سوی کارآفرینی؛

19. Audretsch, D. B. & Keilbach, M. (2007), "The localisation of entrepreneurship capital: Evidence from Germany", *Papers in Regional Science*, 86(3): 352-365;
20. Bergevoet, R. H. M; G. W. J. Giesen, H. W. Saatkamp; C. M. J. van Woerkum; R. B. M. Huirne (2005), "Improving entrepreneurship in farming: the impact of a training programme in Dutch dairy farming", *15th Congress - Developing Entrepreneurship Abilities to Feed the World in a Sustainable Way*, Campinas, SP - August/2005 IFma 2005 – Brazil – 70-80;
21. Bohnstedt, B. & Durbeck, I. (1998), *Fitting small-and medium sized enterprises for the export market*, *Journal of Agriculture and Rural Development*. 5 (2): 28-31;
22. Champagne, P., Carrère, G. & Valschini, E. (1990), "Three agricultural regions of France: three types of pluriactivity", *Journal of Rural Studies*, 6 (4): 15-22;
23. Cohen, B. (2006), "Sustainable Valley Entrepreneurial Ecosystems", *Business Strategy, and the Environment*, *Bus. Strat. Env.* 15:1-14;
24. Cohen, B., Smith, B. & Mitchell, R. (2008), "Toward a Sustainable Conceptualization of Dependent Variables in Entrepreneurship Research", *Business Strategy and the Environment*, *Bus. Strat. Env.* 17: 107-119;



25. Damianos, D. & Skuras, D. (1996), "Farm business and the development of alternative farm enterprises: an empirical analysis in Greece", *Journal of Rural Studies*, 12 (3):273-83;
26. Enting, L. (2002), "Modern Agricultural Entrepreneurship: Management Tasks", *Journal of Business Venturing*, 2:5-28;
27. Gaisford, J. D.; Hobbs, J. E. and Kerr, W. A. (2001), "Making Markets Work: Modeling Agri-food Systems in Transition", *Canadian Journal of Agricultural Economics*, 49:181-202;
28. Goggos, V. & King, R. E. (2000), "Qualitative-evolutionary design of greenhouse environment control agents", *Computers and Electronics in Agriculture*, 26: 271-282;
29. Gow, N. G. (2005), "Farmer entrepreneurship in New Zealand some observations from case studies", 15th Congress - Developing Entrepreneurship Abilities to Feed the World in a Sustainable Way. Campinas, SP - August/2005 IFma 2005 - Brazil - 290-294;
30. Hmieleski, K. M. & Ensley, M. D. (2007), "A contextual examination of new venture performance: entrepreneur leadership behavior, top management team heterogeneity, and environmental dynamism", *Journal of Organizational Behavior, J. Organiz. Behav.*, 28: 865-889;
31. Ilbery, B., Healey, M. and Higginbottom, J. (1997), "On and off-farm business diversification by farm household in England". In: Ilbery, B., Chiotti, Q., and Rickard, T. (eds.), *Agricultural Restructuring and Sustainability: A Geographical Perspective*, Sustainable Rural development Series No. 3. Oxon, United Kingdom/ New York, New York: CAB International, pp. 135-151;

32. Jairath, M. S. (1996), "Agro-processing and infrastructure development in hilly area: A Case study of fruit and vegetables processing", *Indian Journal of Agri. Marketing*, 10 (2): 28-46;
33. Kimathi. M. and Scorsone, E. (2004), *Prospects of Agricultural Entrepreneurship Among Resource Limited Farmers In the Central Appalachian Tobacco Belt*. University of Kentucky;
34. Knudson, J. (2004), "Entrepreneurship and Innovation in the Agri-Food System", *Amer. J. Agr. Econ.*, 86 (5):1330-1336;
35. Lyson, T. A.; Gillespie, Jr., G. W. and Hilchey, D. (1995), "Farmers' markets and the local community: bringing the formal and informal economy", *American Journal of Alternative Agriculture*, 10(3):108-113;
36. McGehee, N. G.; Kim, K.; and Jennings, G. R. (2007), "Gender and motivation for agri-tourism entrepreneurship", *Tourism Management* 28 :280-289;
37. Mitchell, C. J. A. (1998), "Entrepreneurialism, commodification and creative destruction: a model of post-modern community development", *Rural Studies*, 14(3): 273-286;
38. Morarka Foundation (2008), *Human Resource and Agripreneurship Development*. M. R. Morarka GDC Rural Research Foundation, Rajasthan India. [Available online at: <http://www.morarkango.com/agripreneurship/index.php>];
39. Nainggolan, K. (2003), "Policies and Programs for Promoting the Development of Agribusiness Enterprises", in: Report of the APO seminar on development of Agribusiness Enterprises, Indonesia, 20-24 November 2000, Published by APO, Tokyo, Japan;
40. Orr, A. and Orr, S. (2002), *Agriculture and micro enterprise in Malawi's rural south The Agricultural Research and Extension Network*. Network Paper No. 119, Oversea Development Institute (ODI), London.

[Available online at: <http://www.odi.org.uk/>];

41. Rouse, W. B. (2005), "A Theory of Enterprise Transformation", *Systems Engineering*, 8(4):279-295;
42. Sambrook, S., and Roberts, C., (2005), "Corporate entrepreneurship and organizational learning: a review of the literature and the development of a conceptual framework", *Strat. Change*, 14:141-155;
43. Slee, B. (1990), "Alternative enterprise: Their role in the adjustment of UK farming", In: Buller, H. and Wright, s. (eds.), *Rural Development: Problems and Practices*, Brookfield, VT, USA: Avebury, pp. 125-136;
44. Smit, A. B. (2004), *Changing External Conditions Require high levels of Entrepreneurship in Agriculture*, Agricultural Economics Research institutes, Wageningen University and Research institute, Lelystad, the Netherlands;
45. Stabler, J. C. & Olfert, M. R. (2000), "Public policy in the 21st century: Is prairie agriculture becoming like any other industry? Does it matter?", *Canadian Journal of Agriculture Economics*, 48 (4): 385-395;
46. Stephen, Frank H.; Urbano, David and van Hemmen, Stefan (2005), "The Impact of Institutions on Entrepreneurial Activity", *Managerial and Decision Economics, Manage. Decis. Econ.*, 26: 413-419;
47. Welsh, R., (2009), "Farm and market structure, industrial regulation and rural community welfare: conceptual and methodological issues", *Agriculture and Human Values* 26(1-2): 21-28;
48. Wurdemann, W. and van de Meerendonk, H. (1998), Support to the development of food processing enterprise in Africa: an entrepreneur based approach. *Journal of Agriculture and Rural Development*. 5 (2): 32-35.