

بسمه تعالی

عنوان:

شناسایی و تحلیل عوامل پیش برنده و بازدارنده ترویج کارآفرینی در بخش  
کشاورزی

نویسنده گان:

دکتر احمد یعقوبی فرانی

دکتر ایرج ملک محمدی

دکتر سید محمود حسینی

دکتر سید یوسف حجازی

هدف این مقاله، شناسایی و تحلیل عوامل پیش برنده و بازدارنده ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی و ارائه راهکارهایی به منظور تسهیل و تسریع فرایند ترویج کارآفرینی می باشد. تحقیق از جنبه هدف، کاربردی و از حیث نحوه کنترل متغیرها، غیرآزمایشی به حساب می آید. تحقیق در محدوده ملی و از نظر زمانی در طی سال ۱۳۸۷ انجام شده و داده های آن با پرسشنامه بعنوان ابزار اصلی تحقیق جمع آوری شده است. گردآوری داده ها، پس از بررسی روایی محتوایی و صوری پرسشنامه (با بهره گیری از نظرات متخصصان) و تعیین میزان پایایی آن (با انجام پیش آزمون و محاسبه ضریب آلفای کرونباخ) انجام شده است. جامعه آماری تحقیق را متخصصان ترویج کشاورزی و کارآفرینی شامل اعضاء هیأت علمی دانشگاه ها و متخصصان شاغل در دستگاههای اجرایی تشکیل دادند که با توجه به محدود بودن جمعیت آنها، تمامی افراد (۹۱ نفر) بصورت تمام شماری مورد بررسی قرار گرفتند.

اولویت بندی و تحلیل عاملی داده ها نشان داد که پیشبرد برنامه های ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی، نیازمند توجه همه جانبه به سازوکارهایی برای «تسهیل روند قانونی راه اندازی شرکت ها و بنگاه های کشاورزی»، «تسهیل برخورداری کارآفرینان از تسهیلات و منابع مالی بانکی» و «تسهیل برخورداری از امکانات و تجهیزات مورد نیاز» می باشد. همچنین در تحلیل سازوکارهای حمایتی مورد نیاز مشخص شد که ارائه خدمات آموزشی و مشاوره ای نقش زیادی در تسهیل فرایند ترویج کارآفرینی دارند.

بر مبنای تحلیل عاملی، «وجود موانع ساختاری و اداری برای فعالیت کارآفرینان» و نیز «عدم وجود قوانین مشخص برای حمایت از کارآفرینان» بیشترین مانع و محدودیت را در پیشبرد اهداف ترویج کارآفرینی در این بخش ایجاد می نمایند. در این مقاله بر مبنای یافته ها، پیشنهادهای کاربردی برای رفع موانع و محدودیت های پیش رو و تقویت سازوکارهای پیش برنده ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی کشور ارائه شده است.

**واژه های کلیدی:** کارآفرینی، ترویج کارآفرینی، کشاورزی، عوامل، موانع

## مقدمه

در طی سال های اخیر با ظهور اندیشه های جدیدی مبنی بر اهمیت و نقش کارآفرینی در بارور شدن خلاقیت ها و پرورش ایده ها و نوآوری ها و به تبع آن افزایش فرصت های شغلی، افزایش رقابت پذیری و بهبود بهره وری نیروی کار، ایجاد و توسعه تکنولوژی و افزایش میزان تولید ثروت در جامعه و نیز وجود رابطه قوی بین توسعه کارآفرینی و رشد اقتصادی کشورها، مقوله کارآفرینی بطور جدی مورد توجه اقتصاددانان قرار گرفته و در دیدگاه برخی نظریه پردازان، از کارآفرینی به عنوان موتور محرک رشد و توسعه اقتصادی، اجتماعی یاد شده است (Bednarzik, 2000; Zoltan, 2006; Audretsch, 2002) این موضوع در اقتصاد بخش کشاورزی نیز مورد توجه قرار گرفته و توسعه کارآفرینی بعنوان یکی ضرورت ها و الزامات توسعه کشاورزی به حساب می آید (Smit, 2004). چنین وضعیتی باعث شده تا در سالهای اخیر نیاز به توسعه فرهنگ کارآفرینی در بخش کشاورزی مورد تأکید قرار گیرد (Mc Elwee, 2005).

از سوی دیگر، در دنیای امروز وجود تغییرات و تحولات متعددی (نظیر جهانی شدن، توسعه بازار، رشد جمعیت و گوناگونی نیازهای جوامع، افزایش نرخ بیکاری و دگرگونی در بازار کار کشاورزی، اصلاحات ساختاری و سیاست های کشاورزی، امنیت غذایی و...) بخش کشاورزی کشورها را بشدت تحت تأثیر قرار داده است که مقابله با این تحولات، نیازمند رواج اندیشه و اقدام کارآفرینی در کشاورزی می باشد. (Smit, 2004. Higgins & Morgan, 2000. Petrin, 1994)

در تعاریف و مفاهیم ارائه شده در مورد کارآفرینی، از آن بعنوان مفهومی پیچیده و چند بعدی و دارای ابعاد اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی یاد شده و به همین سبب توسعه آن در جوامع نیز متضمن توجه به ابعاد مختلف آن می باشد. (Audretsch, 2002; Mc Elwee, 2005) سازمان بین المللی کار (۲۰۰۶) در تبیین عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در جوامع، پنج عامل شامل نگرش های فرهنگی و اجتماعی نسبت به کارآفرینی، آموزش کارآفرینی، دسترسی به منابع مالی، شبکه های منظم اداری و حمایت از کسب و کارهای کارآفرینانه را بعنوان عوامل ضروری معرفی نموده است: (ILO, 2006)

بدین ترتیب توسعه کارآفرینی در جوامع، نیازمند مداخله گری هدفمند نهادهای متعدد در فراهم سازی بسترهای فرهنگی و اجتماعی، همکاری نظام های آموزشی، تدارک ساختارهای اداری و مالی مناسب و طراحی برخی مکانیسم های حمایتی می باشد. بر همین اساس توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی نیز با توجه به ویژگی ها و شرایط این بخش، مقوله ای چند بعدی بوده و نیازمند توجه اساسی و همه جانبه دولت ها در تدوین سیاست ها و برنامه های کلان، تأمین زیرساخت های لازم و اجرای برنامه هایی هدفمند برای ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی، به منظور رواج اندیشه های کارآفرینانه و ارتقاء دانش و توانمندی های افراد برای استفاده صحیح از پتانسیل ها و منابع موجود می باشد. (Mc Elwee, 2005)

با این حال، آنچه بیش از همه می تواند فرایند توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی را شتاب بخشد، وجود برنامه هایی برای ترویج کارآفرینی در بین مخاطبین این بخش می باشد. این موضوع در جوامع روستایی با شرایط خاص خود اهمیت بیشتری داشته و بدون شک برنامه های ترویجی و آموزشی نقش زیادی در تسهیل فرایند کارآفرینی و کمک به افراد جامعه برای درک فرصت ها و نیز شناسایی و بهره برداری از برنامه ها و اقدامات حمایتی خواهد داشت (Scorsone, 2003). بنابراین دولت ها علاوه بر تأمین الزامات ساختاری برای توسعه کارآفرینی، بایستی برنامه هایی برای ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی داشته باشند که در این زمینه نظام های ارائه خدمات ترویج کشاورزی به عنوان نهادهای اشاعه دهنده اندیشه های نو در بخش کشاورزی و روستایی از پتانسیل بالایی برخوردار بوده و با

بهره گیری از رهیافت های مشخص می توانند در فرایند ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی به نحو موثری نقش آفرینی نمایند (petrin, 1997).

با این حال به سبب پیچیدگی های مقوله کارآفرینی و الزامات چندگونه توسعه آن و نیز پیچیدگی ابعاد محتوایی و فرایندی فعالیت های ترویجی در جوامع کشاورزی و روستایی، می توان دریافت که اساساً ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی و جوامع روستایی مقوله ای از جنس تغییر و تطور در هنجارهای پذیرفته شده کنشگران این بخش و الگوهای رفتار حرفه ای تولیدکنندگان بوده و از اینرو مقوله ای پیچیده و چند بعدی است که نیازمند مجموعه ای از مداخله گری های هدفمند و در عین حال غلبه بر موانع و بازدارنده های متعددی می باشد. بدین ترتیب همگام با طراحی رهیافت ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی و تعریف سازوکارهای عملیاتی آن، نوعی الزام برای شناسایی و تحلیل دقیق مجموعه عوامل و موانع پیش رو احساس می شود. بر این اساس در مقاله حاضر به بررسی عوامل پیش برنده و بازدارنده در فرایند ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی کشور پرداخته شده است.

### اهمیت و پیشینه نظری موضوع

در بیان اهمیت و ضرورت انجام این تحقیق، موضوع از چند جهت قابل بررسی است. در بعد کلان، می توان به اهمیت کارآفرینی و نقش آن در ایجاد و توسعه کسب و کارهای جدید و به تبع آن افزایش فرصت های شغلی، افزایش میزان تولید ثروت در جامعه و نیز تسریع فرایند رشد اقتصادی کشورها اشاره نمود (Bednarzik, 2000; Zoltan, 2006; Audretsch, 2002). همچنین در بخش کشاورزی، کارآفرینی عاملی مؤثر در افزایش تولید و اشتغالزایی و راهی برای مقابله با بحران بیکاری و پاسخگویی به تقاضاهای متنوع جامعه بوده و از اینرو در برنامه های توسعه کشاورزی، به یکی از جنبه های مهم و اولویت دار تبدیل شده است (Smit, 2004; Higgins & Morgan, 2002; Petrin, 1994). از این جهت انجام فعالیت هایی برای توسعه کارآفرینی در بخش های مختلف اقتصادی و از جمله بخش کشاورزی حائز اهمیت بوده و بر همین اساس انجام پژوهش هایی نظیر پژوهش حاضر، که با هدف شناسایی و تحلیل عوامل و موانع تأثیرگذار در فرایند ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی انجام می شود، از اهمیت ویژه ای برخوردار است.

بدیهی است حرکت به سوی کشاورزی با رویکردهای کارآفرینانه و به عبارتی توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی، نیازمند بسترسازی و فراهم نمودن زیرساخت های مورد نیاز متعددی است که از جمله مهم ترین آنها فراهم ساختن بستر و فضای فرهنگی مناسب برای رواج اندیشه ها و اقدامات کارآفرینانه می باشد. از اینرو وجود سازوکار و نظام مشخصی برای ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی یکی از مؤلفه های اساسی برای توسعه پدیده کارآفرینی در این بخش است که با توجه به عدم وجود برنامه های منسجم و هدفمند در این زمینه و عدم نقش آفرینی هدفمند نظام ترویج کشاورزی کشور برای ترویج کارآفرینی، ضرورت شناسایی عوامل و موانع ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی احساس می شود.

با تأمل در شرایط بخش کشاورزی و روستایی ایران می توان دریافت که این بخش علاوه بر رویارویی با چالش هایی از قبیل بیکاری و نابسامانی در وضعیت بازار کار، افزایش تقاضا برای محصولات کشاورزی و افزایش شکاف درآمدی بین مناطق شهری و روستایی، دارای تولیدکنندگانی با میانگین سنی بالا و سطح سواد پایین می باشد. بطوریکه بر اساس آخرین سرشماری عمومی کشاورزی، ۷۹/۸٪ از بهره برداران بخش کشاورزی کشور را افرادی بیسواد و یا حداکثر دارای تحصیلات ابتدایی تشکیل می دهد (مرکز آمار ایران، ۱۳۸۲) که این وضعیت ضرورت ایجاد نوعی تحول و نوآفرینی در بخش کشاورزی را نمایان می سازد. عبارتی در وضعیت کنونی، وجود یک برنامه ریزی هدفمند برای ترویج و توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی به منظور استفاده صحیح از پتانسیل های این بخش در راستای

پاسخگویی به تحولات و نیازهای موجود ضرورتی انکارناپذیر است. در این ارتباط، اسمیت (۲۰۰۴) ضمن ترسیم دقیقی از وضعیت بخش کشاورزی در کشورهای مختلف، وظیفه دولت ها را تدوین برنامه هایی استراتژیک برای توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی با محوریت برنامه های ترویج کارآفرینی و ارتقاء توانمندیهای افراد برای کارآفرینی می داند و برای مقابله با شرایط موجود در بخش کشاورزی، تلاش برای ترویج کارآفرینی و دستیابی به سطوح بالاتر کارآفرینی در این بخش را توصیه می نماید (Smit, 2004).

در یک مفهوم کلی، ترویج کارآفرینی، تلاشی برای توسعه فرهنگ، اندیشه و اقدامات کارآفرینانه در بین افراد و گروه های مختلف جامعه است. اگر چه در رهیافت های توسعه کارآفرینی، ایجاد فضای کارآفرینانه در جوامع، همواره بعنوان هدفی بلندمدت مطرح است، ولی ضرورت دارد در کوتاه مدت، اهدافی نظیر افزایش انگیزه، توانمندی، مهارت و تمایل افراد برای راه اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه و افزایش حمایت های اجتماعی از کسب و کارهای مخاطره آمیز مد نظر قرار گیرند. بدیهی است دستیابی به این اهداف نیازمند تغییر در نظام فرهنگی و ظرفیت های اجتماعی جوامع بوده و بر این اساس فعالیتی زمان بر و تلاش برانگیز است. از دیدگاه سازمان توسعه و همکاری های اقتصادی، در برنامه های ترویج کارآفرینی و ترغیب افراد برای راه اندازی کسب و کار، توجه به سه جنبه اساسی شامل افزایش علاقه و انگیزه در افراد، دسترسی به عوامل فرصت ساز و کسب مهارت های مورد نیاز بسیار حائز اهمیت است. بر این اساس، سه هدف اساسی در برنامه های ترویج کارآفرینی را می توان انگیزش، مهارت آموزی و فرصت سازی دانست. (OECD, 1996). در این ارتباط، پترین (۱۹۹۷) توسعه کارآفرینی را نیازمند تلاش برای توسعه فرهنگ کارآفرینی در جوامع دانسته و اولین گام در فرایند توسعه کارآفرینی در جوامع روستایی را ترویج فرهنگ کارآفرینانه در این جوامع می داند (Petrin, 1997). برخی از محققین نیز بر پایه نتایج پژوهش های متعدد دریافته اند که نگرش های فرهنگی افراد در جوامع مختلف بر نوع رفتارهای کارآفرینانه آنها تأثیر دارد بگونه ای که در برخی گروه ها، رابطه بین فرهنگ و کارآفرینی قوی تر است. (Birley, 1987; Mc Grath et al, 1992; Kreiser et al, 2001)

بر اساس یافته های پژوهشی موجود، تفاوت های فرهنگی بعنوان یکی از عوامل مهم و مؤثر در تعیین سطح توسعه کارآفرینی در جوامع مختلف شناخته شده است. (Mueller & Thomas, 2001; GEM, 2004) از اینرو می توان تغییرات فرهنگی را پایه و اساس برنامه های ترویج کارآفرینی دانسته و بر این اساس وجود برخی خرده فرهنگ ها در لایه های اجتماعی را بعنوان مانعی برای ترویج کارآفرینی در جوامع ارزیابی نمود. این موضوع از آن جهت اهمیت می یابد که تغییر فرهنگی اساساً فرایندی میان مدت و یا بلند مدت بوده و بعلاوه فرهنگ، مقوله ای پیچیده و چندوجهی است که تغییر آن به آسانی صورت نمی گیرد. از اینرو برای رفع موانع فرهنگی کارآفرینی و ایجاد نگرش های مثبت نسبت به مقوله کارآفرینی، ترکیبی از برنامه ها و ابتکارات ویژه نیاز است (Lundstrom & Stevenson, 2001).

با این وصف، می توان هدف نهایی ترویج کارآفرینی را توسعه فرهنگ کارآفرینی در جوامع مورد نظر دانست. در عین حال ترویج کارآفرینی باید انگیزش مخاطبین برای کارآفرینی، مهارت آموزی و توسعه قابلیت های کارآفرینی و نیز زمینه سازی و فرصت سازی برای توسعه کارآفرینی را مورد توجه قرار دهد. از اینرو در شناسایی موانع پیش روی ترویج کارآفرینی، در نظر گرفتن موانع تحقق اینگونه زمینه ها نیز حائز اهمیت فراوان می باشد. در همین ارتباط سیدو و کائور (۲۰۰۶) در تبیین راهکارهای ترویج کارآفرینی در جوامع روستایی، برنامه ترویج کارآفرینی را نیازمند چهار بعد اساسی شامل: آگاه سازی، انگیزش، توسعه مهارت های حرفه ای و پیگیری مستمر دانسته اند (Sidhu and Kaur, 2006) که طبیعتاً برای شناسایی عوامل بازدارنده ترویج کارآفرینی نیز توجه به این ابعاد ضروری است.

بدون شک آموزش کارآفرینی یکی از ابعاد مهم و ضروری در برنامه های ترویج کارآفرینی در جوامع می باشد. (Gorman and Hanlon, 1997; Hills, 1998; Donckels, 1991; Kourilsky and Walstad, 1998). عبارتی علاوه بر موانع فرهنگی، ضعف برنامه های آموزشی نیز می تواند مانعی بر تحقق اهداف ترویج کارآفرینی باشد.

لرد کیپانیدز (۲۰۰۲) در بررسی توسعه کارآفرینی در صنعت گردشگری در مناطق روستایی، علاوه بر بیان ضرورت توجه به فراهم سازی فضای فرهنگی جامعه و توسعه برنامه های آموزش کارآفرینی، به تأمین زیرساخت های حمایتی مورد نیاز برای فعالیت کارآفرینان بعنوان عاملی ضروری اشاره نموده است (Lord kipanidz, 2002). در این زمینه شورای توسعه روستایی آمریکا نیز در تبیین سیاست های توسعه کارآفرینی روستایی، تدوین نوعی ساختار حمایتی خاص را برای حمایت از کارآفرینی در مناطق روستایی تعریف نموده است که در آن حمایت های مورد نیاز برای توسعه کارآفرینی به دو دسته حمایت های بخش دولتی و حمایت های بخش خصوصی تقسیم شده است Rural (Development Council, 2001). البته در این ساختار حمایتی، همکاری بخش دولتی و خصوصی در حمایت از فعالیت های کارآفرینان نیز مورد توجه قرار گرفته و سه وظیفه عمده شامل «فراهم سازی فضای فرهنگی مناسب برای کارآفرینی»، «آموزش کارآفرینی» و «بهبود کیفیت زندگی» بعنوان مهم ترین وظایف مشترک دولت و بخش خصوصی در تأمین حمایت های مورد نیاز برای توسعه کارآفرینی در جوامع روستایی معرفی شده است. سازمان بین المللی کار (۲۰۰۶) نیز در تبیین راهکارهای ترغیب جوانان به کارآفرینی، به چهار مورد از حمایت های مهم شامل شناسایی نیازهای حمایتی کارآفرینان، ارائه آموزش ها و خدمات مشاوره ای، تأمین زیرساخت ها و ارتباط مستمر کارآفرینان بالقوه با محیط های کسب و کار اشاره می نماید (ILO, 2006)

بدین ترتیب در برداشتی کلی از عوامل پیش برنده و بازدارنده فرایند ترویج کارآفرینی، می توان دریافت که اگرچه برنامه های آگاه سازی، انگیزش و آموزش بعنوان فعالیت های کلیدی در برنامه های ترویج کارآفرینی، نقش زیادی در موفقیت افراد در راه اندازی و مدیریت فعالیت های کارآفرینانه دارد، ولی دوام فعالیت های کارآفرینانه نیازمند توجه به برخی زیرساخت های حمایتی و رفع موانع و محدودیت های پیش رو می باشد. زیرا ماهیت فعالیت های کارآفرینانه بگونه ای است که همواره تحت تأثیر شرایط محیط اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و ... جامعه قرار داشته و ناپایداری شرایط محیطی به نحو برجسته ای بر دوام و بقای این فعالیت ها در جامعه تأثیر می گذارد. اهمیت این موضوع بگونه ای است که سازمان بین المللی کار (۲۰۰۶) بعنوان یکی از نهادهای بین المللی پیشگام در عرصه اشتغال و کارآفرینی، این موضوع را مورد توجه قرار داده و در بیان نکات مهم و قابل توجه در تعریف ساختارهای حمایتی، شناسایی موانع و محدودیت های پیش روی کارآفرینان و برنامه ریزی برای رفع آنها را مورد توجه جدی قرار داده است و در این زمینه به مواردی از قبیل عدم حمایت نظام های مالیاتی از کارآفرینان، هزینه های زیاد و دشواری فرایند ثبت و راه اندازی شرکت ها و بنگاه های اقتصادی، قوانین و مقررات استفاده از تسهیلات و منابع مالی بانکی، عدم وجود فضای رقابتی سالم، عدم شفافیت و تغییر در رویه ها و برنامه های اجرایی و مشکلات تأمین حقوق مالکیت فکری کارآفرینان، بعنوان برخی از موانع اداری و سازمانی ترویج کارآفرینی در جوامع اشاره نموده است (Ibid).

با این توصیف ترویج کارآفرینی در جوامع نیازمند آمادگی زمینه های فرهنگی اجتماعی، همکاری نظام های آموزشی، ساختارهای اداری و مالی و فراهم سازی سایر مکانیسم های حمایتی مورد نیاز می باشد. بر این اساس برنامه های ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی نیز با توجه به ویژگیها و شرایط این بخش، مقوله ای چند بعدی بوده و نیازمند توجه همه جانبه دولتها در تدوین سیاستها و برنامه های کلان، تأمین زیرساخت های لازم و اجرای یک برنامه هدفمند برای ترویج کارآفرینی به منظور رواج اندیشه های کارآفرینانه و ارتقاء دانش و توانمندیهای افراد برای استفاده صحیح از پتانسیل ها و منابع موجود و پاسخگویی به تحولات و چالش های پیش رو می باشد. به همین ترتیب توفیق در برنامه های ترویج کارآفرینی در میان مدت و بلند مدت، نیازمند شناسایی موانع و بازدارنده های موجود و برنامه ریزی و تلاش برای غلبه بر آنها با بهره گیری از سازوکارهای مناسب می باشد. از اینرو مقاله حاضر با درک اهمیت موضوع و عطف توجه به مهم ترین عوامل و موانع پیش روی برنامه های ترویج کارآفرینی، به شناسایی و تحلیل نوع و

کیفیت تأثیرگذاری آنها در فرایند ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی کشور پرداخته است تا از این طریق با درکی روشن، هموارسازی مسیر توسعه کارآفرینی و رفع موانع موجود، آگاهانه طی شود.

### اهداف تحقیق

- مقاله حاضر، شناسایی و تحلیل عوامل پیش برنده و بازدارنده ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی کشور را مطمح نظر قرار داده و در این راستا اهداف زیر بعنوان اهداف اختصاصی مقاله مد نظر قرار گرفته اند:
- شناسایی و اولویت بندی عوامل پیش برنده (ساختارهای حمایتی مورد نیاز) ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی
  - شناسایی و اولویت بندی موانع و محدودیت های پیش روی ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی
  - تحلیل عاملی عوامل و موانع ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی
  - شناسایی راهکارهای ترویج کارآفرینی با تکیه بر عوامل و موانع موجود

### روش شناسی تحقیق

در مقاله حاضر به شناسایی و تحلیل عاملی عوامل و موانع موجود در پیشبرد فرایند ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی پرداخته شده است. از اینرو روش مورد نظر، توصیفی و علی-معلولی است. تحقیق حاضر به شیوه پیمایشی انجام شده و از حیث هدف، نوعی تحقیق کاربردی است. با توجه به اینکه حصول به اهداف مورد نظر این مقاله، مستلزم بررسی و تحلیل مبانی نظری و پیش نگاشته های مرتبط با موضوع و نیز دستیابی به مجموعه ای ساختمند از داده های مربوط به عوامل و موانع پیش روی برنامه های ترویج کارآفرینی بود، به منظور رعایت تناسب ماهیت اطلاعات و داده های مورد نیاز هر بخش با نوع روش تحقیق مورد استفاده، در بخش بررسی و تحلیل مبانی نظری از شیوه مطالعات اسنادی و جستجو در پایگاههای اطلاعاتی علمی استفاده شده و داده های مورد نیاز نیز به روش میدانی و عمدتاً از طریق مراجعه حضوری به نمونه های تحقیق و با استفاده از پرسشنامه و مصاحبه جمع آوری شده است. با توجه به ماهیت اطلاعات مورد نیاز تحقیق، از پرسشنامه بعنوان ابزار اصلی جمع آوری اطلاعات مورد نیاز در مرحله میدانی تحقیق استفاده شد. به منظور بررسی روایی شکلی و محتوایی ابزار تحقیق از شیوه بررسی روایی با استفاده از نظرات صاحب نظران و متخصصان استفاده شد و میزان پایایی پرسشنامه ها نیز به روش تعیین ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد که ضریب آلفای کرونباخ مربوطه بالاتر از ۰/۸۹ بدست آمد.

جامعه آماری مورد نظر را خبرگان و متخصصان ترویج کشاورزی و کارآفرینی شامل اعضاء هیأت علمی ترویج و آموزش کشاورزی در دانشگاهها، متخصصان ترویج و آموزش کشاورزی و توسعه روستایی دارای مدرک تحصیلی دکتری و کارشناسی ارشد (دارای حداقل پنج سال سابقه فعالیت در وزارت جهاد کشاورزی) و نیز اعضاء هیأت علمی کارآفرینی تشکیل دادند که بر اساس آمار موجود، جمعیت این گروه از جامعه آماری ۱۲۵ نفر، شامل ۵۵ نفر عضو هیأت علمی (شامل ۴۳ نفر عضو هیأت علمی رشته ترویج و آموزش کشاورزی و ۱۲ نفر عضو هیأت علمی کارآفرینی در دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران) و ۷۰ نفر دارای تحصیلات دکتری و یا کارشناسی ارشد ترویج کشاورزی و توسعه روستایی با حداقل پنج سال سابقه کار در وزارت جهاد کشاورزی بودند که با توجه به محدود بودن تعداد جامعه آماری، کل جامعه مورد نظر بصورت سرشماری مورد بررسی قرار گرفتند. لازم بذکر است از این تعداد، ۲۰ نفر در مرحله پیش آزمون و مابقی نیز در مرحله میدانی تحقیق مورد بررسی قرار گرفتند که در نهایت با پیگیری های متعدد، ۹۱ نفر (شامل ۳۶ عضو هیأت علمی و ۵۵ کارشناس جهاد کشاورزی) پرسشنامه تحقیق را تکمیل نمودند.

### یافته ها و بحث

بر اساس اطلاعات حاصله از بررسی ویژگیهای فردی و حرفه ای متخصصان مورد نظر تحقیق، ۶۰/۴ درصد از پاسخگویان، کارشناسان و مدیران شاغل در وزارت جهاد کشاورزی و ۳۹/۶ درصد عضو هیأت علمی دانشگاه ها بودند. همچنین سطح تحصیلات ۶۷ درصد آنها فوق لیسانس و ۳۳ درصد دکتری بود که زمینه تخصصی اکثریت (۸۱/۳ درصد) آنها ترویج یا آموزش کشاورزی و ۸/۸ درصد نیز دارای تخصص در زمینه کارآفرینی بودند. در بین اعضای هیأت علمی، اکثریت (۵۲/۸ درصد) به افرادی با رتبه علمی استادیار تعلق داشت و همچنین ۲۵/۷ درصد پاسخگویان، دارای تجربه راه اندازی کسب و کارهای کارآفرینی بودند.

سابقه تدریس اعضای هیأت علمی بین ۲ تا ۳۰ سال با میانگین ۹/۵ سال بود. همچنین ۲۴ نفر (۲۶/۴ درصد) با بخش ترویج وزارت جهاد کشاورزی و یا سازمان جهاد کشاورزی در استانها سابقه همکاری داشتند که این همکاری از یک تا ۲۰ سال متغیر بود. در جامعه کارشناسان و مدیران جهاد کشاورزی، میزان سابقه کار افراد بین ۴ تا ۲۷ سال با میانگین ۱۳/۴ و انحراف معیار ۷/۶ سال بود.

### سازوکارهای حمایتی ترویج کارآفرینی کشاورزی

همانگونه که بیان شد، پایداری برنامه های ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی، نیازمند تدارک برخی سازوکارهای حمایتی مناسب می باشد. بر همین اساس در تحقیق حاضر به بررسی سازوکارهای حمایتی مورد نیاز و ضرورت توجه به آنها به منظور تسهیل و تسریع در فرایند ترویج کارآفرینی پرداخته شد. در این زمینه اطلاعات حاصله نشان داد که از دیدگاه متخصصان مورد بررسی، پیشبرد برنامه های ترویج کارآفرینی، نیازمند توجه به سازوکارهایی برای «تسهیل روند قانونی راه اندازی شرکت ها و بنگاه های کشاورزی کارآفرینانه»، «تسهیل برخورداری کارآفرینان کشاورزی از تسهیلات و منابع مالی بانکی» و «تسهیل برخورداری کارآفرینان از امکانات و تجهیزات مورد نیاز» می باشد. بگونه ای که در اولویت بندی سازوکارها از حیث ضرورت توجه به آنها در رهیافت ترویج کارآفرینی، سازوکارهای حمایتی مذکور بالاترین اولویت ها را کسب نموده اند. (جدول ۱)

بررسی اطلاعات حاصله همچنین نشان داد که پس از سازوکارهای حمایتی مذکور که در حقیقت فرایند شکل گیری کسب و کارهای کارآفرینانه را تسهیل می نمایند، حمایت های آموزشی و مشاوره ای برای کارآفرینان از ضرورت بالایی برخوردار بوده و در اولویت بندی سازوکارها، «ارائه آموزش ها و مشاوره های تخصصی مورد نیاز» اولویت چهارم و «ارائه مشاوره های مدیریتی (مدیریت، بازاریابی، حسابداری و...)» اولویت پنجم را کسب نموده است. این یافته ها تأکیدی بر اهمیت و نقش آموزش و مشاوره کارآفرینی در تسریع و تسهیل دستیابی به اهداف برنامه های ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی بوده و از سویی بیانگر این واقعیت است که حمایت های مورد نیاز در فرایند ترویج کارآفرینی، تنها محدود به حمایت های قانونی، مالی و تجهیزاتی نیست. این یافته ها به نحو بارزی با یافته های تحقیقات لرد کیپانیدز (۲۰۰۲)، شورای توسعه روستایی آمریکا (۲۰۰۱)، سازمان بین المللی کار (۲۰۰۶) و سیدو و کائور (۲۰۰۶)، پترین (۱۹۹۷) و نیز توصیه های سازمان توسعه و همکاری های اقتصادی (۲۰۰۶) همخوانی دارد.

در بین سازوکارهای حمایتی ضروری در فرایند ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی، «تدوین قوانین و دستورالعمل های دولتی الزام آور برای حمایت از کارآفرینان» و «شناسایی و رفع موانع ساختاری و اداری ترویج کارآفرینی کشاورزی» نیز از سوی پاسخگویان مورد تأکید قرار گرفته و به ترتیب اولویت های ششم و هفتم را به خود اختصاص داده اند که این موضوع اهمیت حمایت های قانونی، ساختاری و اداری را در پیشبرد برنامه های ترویج کارآفرینی نشان می دهد. توجه به اینگونه سازوکارهای حمایتی، از جمله مواردی است که در پژوهش های شورای توسعه روستایی آمریکا (۲۰۰۱) و سازمان بین المللی کار (۲۰۰۶) نیز مورد تأکید قرار گرفته است.



در عین حال در بین سازوکارهای حمایتی، اولویت های پایین تری به مواردی نظیر: «تقویت مزیت نسبی فعالیت های کشاورزی با اتخاذ سیاست های مالی و مالیاتی»، «هماهنگی بین نهادها و سازمان های مرتبط با حوزه کاری کارآفرینان کشاورزی»، «انتخاب و تجلیل از کارآفرینان کشاورزی نمونه و موفق» و «تدوین نظام ثبت و حفظ مالکیت معنوی ایده ها و نوآوری ها در بخش کشاورزی» اختصاص یافته است. همانگونه که اطلاعات جدول (۱) نشان می دهد، در بین سازوکارهای حمایتی مورد بررسی، اولویت کمتری به سازوکارهای مورد نیاز برای «تقویت زیرساخت های ارتباطی و اطلاعاتی (ICT) در بخش کشاورزی» و «تسهیل ارتباطات برون مرزی کارآفرینان کشاورزی» در مقایسه با سایر موارد اختصاص یافته است. البته این موضوع به منزله بی نیازی به اینگونه سازوکارهای حمایتی نمی باشد زیرا همانطور که در جدول مشاهده می شود، ضرورت توجه به این سازوکارها نیز در حد نسبتاً زیاد ارزیابی شده است.

جدول (۱) اولویت بندی ضرورت توجه به سازوکارهای حمایتی مختلف در فرایند ترویج کارآفرینی

اولویت	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین رتبه ای*	n	سازوکارهای حمایتی
1	0/148	0/646	4/378	۹۰	تسهیل روند قانونی راه اندازی شرکت ها و بنگاه های کارآفرینانه کشاورزی
2	0/155	0/692	4/472	۸۹	تسهیل برخورداری کارآفرینان کشاورزی از تسهیلات و منابع مالی بانکی
3	0/159	0/706	4/438	۸۹	تسهیل برخورداری کارآفرینان از امکانات و تجهیزات مورد نیاز
4	0/176	0/750	4/270	۸۹	ارائه آموزش و مشاوره های تخصصی مورد نیاز کارآفرینان کشاورزی
5	0/181	0/733	4/044	۹۰	ارائه مشاوره های مدیریتی (مدیریت، بازاریابی، حسابداری و...) به کارآفرینان
6	0/193	0/814	4/211	۹۰	تدوین قوانین و دستورالعمل های دولتی الزام آور برای حمایت از کارآفرینان
7	0/194	0/818	4/222	۹۰	شناسایی و رفع موانع ساختاری و اداری ترویج کارآفرینی کشاورزی
8	0/199	0/833	4/189	۹۰	تقویت مزیت نسبی فعالیت های کشاورزی با اتخاذ سیاست های مالی و مالیاتی
9	0/202	0/832	4/112	۸۹	هماهنگی بین نهادها و سازمان های مرتبط با حوزه کاری کارآفرینان کشاورزی
10	0/204	0/814	3/989	۹۰	سازماندهی ارتباطات شبکه ای بین کارآفرینان بخش کشاورزی
11	0/207	0/839	4/056	۹۰	انتخاب و تجلیل از کارآفرینان کشاورزی نمونه و موفق
12	0/209	0/849	4/057	۸۸	تدوین نظام ثبت و حفظ مالکیت معنوی ایده ها و نوآوری ها در بخش کشاورزی
13	0/218	0/842	3/865	۸۹	تقویت زیرساخت های ارتباطی و اطلاعاتی (ICT) در بخش کشاورزی
14	0/224	0/856	3/822	۹۰	تسهیل ارتباطات برون مرزی کارآفرینان کشاورزی

\* مقیاس: هیچ: ۰ خیلی کم: ۱ کم: ۲ متوسط: ۳ زیاد: ۴ خیلی زیاد: ۵

### تحلیل عاملی حمایت های مورد نیاز ترویج کارآفرینی

ارزیابی داده ها برای تحلیل عاملی با استفاده از آزمون KMO و آزمون بارتلت انجام شد. نتایج بدست آمده مقدار ۰/۸۳۴ را برای آماره KMO نشان داد که مقدار مناسبی برای تحلیل عاملی بود. علاوه بر این، نتایج آزمون بارتلت نیز با مقدار مجذور کای برابر با ۴۸۲/۲ و سطح معنی داری بالای ۹۹ درصد بیانگر مناسب بودن همبستگی های موجود بین داده ها و مناسب بودن آنها برای تحلیل عاملی بود. بدین ترتیب با اطمینان از تناسب داده های مرتبط با سازوکارهای حمایتی، تحلیل عاملی برای شناسایی و دسته بندی عوامل مهم انجام شد.

هدف از انجام تحلیل عاملی در این قسمت، دستیابی به مؤلفه های اصلی دارای بیشترین درصد تبیین واریانس بود. از اینرو داده های حاصل از ارزیابی سازوکارهای حمایتی مورد بررسی، وارد تحلیل عاملی شدند که با در نظر گرفتن بارهای عاملی بزرگتر از ۰/۵۰ برای هر متغیر جهت ورود به تحلیل، پس از چرخش عامل ها به شیوه وریماکس، جمعاً سه عامل استخراج شد.

بر مبنای نتایج تحلیل عاملی، عامل اول با مقدار ویژه ۵/۸۲ بیشترین درصد (۴۱/۶۱ درصد) از تغییرات واریانس مشترک بین متغیرها را تبیین می نماید. بر همین اساس عامل دوم، ۱۰/۵۳ درصد و عامل سوم نیز ۷/۵۶ درصد از تغییرات واریانس را تبیین می نمایند که بدین ترتیب سه عامل استخراج شده در مجموع تبیین کننده ۵۹/۷۱ درصد از واریانس ضرورت توجه به سازوکارهای مورد نظر می باشند.

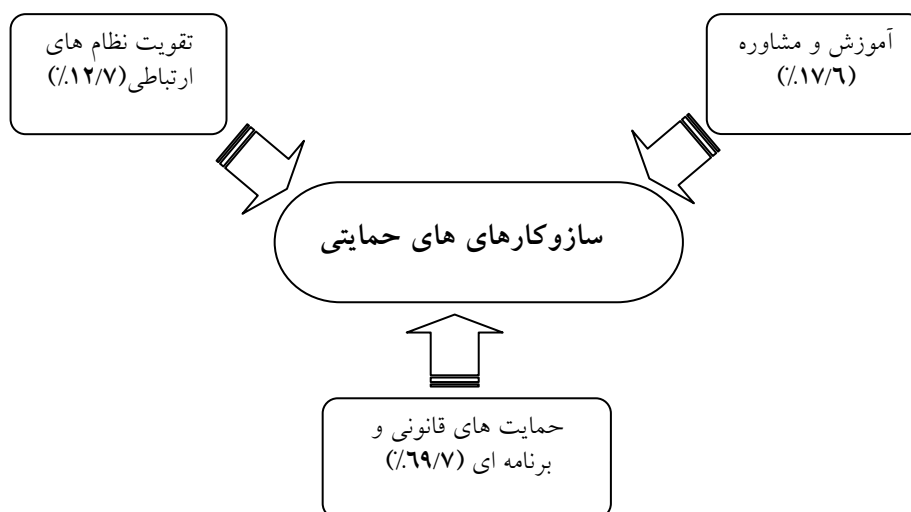
بررسی نتایج حاصل از تحلیل عاملی نشان می دهد که در بین سازوکارهای حمایتی مورد بررسی، بارهای عاملی شش سازوکار حمایتی شامل «تسهیل برخورداری از امکانات مورد نیاز»، «تسهیل برخورداری از منابع مالی»، «اتخاذ سیاست های مالی و مالیاتی مناسب»، «تسهیل روند قانونی راه اندازی شرکت ها»، «هماهنگی بین نهادها و سازمان های ذیربط» و «تدوین نظام ثبت و حفظ مالکیت معنوی» به طرز معنی داری بر روی عامل اول قرار گرفته و در مجموع ۴۱/۶۳ درصد از تغییرات واریانس توسط این عامل تبیین می شود. با توجه به اینکه سازوکارهای حمایتی تشکیل دهنده این عامل، از نوع حمایتیهای قانونی و برنامه ای توسط سازمان های ذیربط می باشند، می توان «حمایت های قانونی و برنامه ای» را بعنوان یک عامل با بیشترین اهمیت در بین سازوکارهای حمایتی مورد نیاز در رهیافت ترویج کارآفرینی معرفی نمود.

نتایج تحلیل عاملی همچنین نشان داد که «آموزش و مشاوره تخصصی» و «ارائه مشاوره های مدیریتی» دارای بیشترین بار عاملی بر روی عامل دوم بوده و این عامل توانایی تبیین ۱۰/۵۳ درصد از تغییرات واریانس ضرورت توجه به سازوکارهای حمایتی مورد نظر را دارد. بر روی عامل سوم نیز سه سازوکار حمایتی شامل «تسهیل ارتباطات برون مرزی کارآفرینان»، «سازماندهی ارتباطات شبکه ای بین کارآفرینان بخش کشاورزی» و «تقویت زیرساخت های ارتباطی و اطلاعاتی (ICT) در بخش کشاورزی» بیشترین بار عاملی را داشت که این عامل با عنوان «تقویت نظام های ارتباطی» تبیین کننده ۷/۵۶ درصد از تغییرات واریانس مورد نظر می باشد.

جدول (۲) نتایج تحلیل عاملی سازوکارهای حمایتی در رهیافت ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی

بار عاملی	سازوکارهای حمایتی تشکیل دهنده	عوامل
0/826	تسهیل برخورداری کارآفرینان از امکانات و تجهیزات مورد نیاز	حمایت های قانونی و برنامه ای
0/817	تسهیل برخورداری کارآفرینان کشاورزی از تسهیلات و منابع مالی بانکی	
0/659	اتخاذ سیاست های مالی و مالیاتی مناسب جهت تقویت مزیت نسبی فعالیت های کشاورزی	
0/634	تسهیل روند قانونی راه اندازی شرکت ها و بنگاه های کارآفرینانه کشاورزی	
0/537	هماهنگی بین نهادها و سازمان های مرتبط با حوزه کاری کارآفرینان کشاورزی	آموزش و مشاوره
0/519	تدوین نظام ثبت و حفظ مالکیت معنوی ایده ها و نوآوری ها در بخش کشاورزی	
0/857	ارائه آموزش و مشاوره های تخصصی مورد نیاز کارآفرینان کشاورزی	
0/819	ارائه مشاوره های مدیریتی (مدیریت، بازاریابی، حسابداری و...) به کارآفرینان	تقویت نظام های ارتباطی
0/794	تسهیل ارتباطات برون مرزی کارآفرینان کشاورزی	
0/654	سازماندهی ارتباطات شبکه ای بین کارآفرینان بخش کشاورزی	
0/543	تقویت زیرساخت های ارتباطی و اطلاعاتی (ICT) در بخش کشاورزی	

نگاره (۱) شمایی از سازوکارهای حمایتی مورد نیاز در فرایند ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی را بر اساس نتایج تحلیل عاملی انجام شده نشان می دهد.



نگاره (۱) سازوکارهای حمایتی ترویج کارآفرینی بر اساس نتایج تحلیل عاملی

در مجموع با بررسی سازوکارهای حمایتی مورد نیاز ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی، می توان دریافت که اساساً تداوم برنامه های ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی نیازمند مجموعه ای از حمایت های سازمانی، قانونی و برنامه ای است. بر مبنای یافته های تحقیق می توان نتیجه گرفت که در بین سازوکارهای حمایتی مختلف، توجه به برخی سازوکارهای حمایتی به منظور «تسهیل روند قانونی راه اندازی بنگاه های کشاورزی کارآفرینانه»، «تسهیل برخورداری کارآفرینان از تسهیلات بانکی» و «تسهیل برخورداری کارآفرینان از امکانات مورد نیاز» که در حقیقت تسهیل کننده فرایند شکل گیری کسب و کارهای کارآفرینانه است، از اهمیت بیشتری برخوردارند. عبارت دیگر می توان گفت کارآفرینان بخش کشاورزی، بیشتر در مرحله راه اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه خود نیازمند حمایت هستند.

با دقت در نوع سازوکارهای حمایتی مورد نیاز کارآفرینان بخش کشاورزی می توان نتیجه گرفت که حمایت های مورد نیاز کارآفرینان تنها محدود به حمایت های قانونی، مالی و تجهیزاتی نبوده و ارائه خدمات آموزشی و مشاوره ای به کارآفرینان نیز در ردیف حمایت های ضروری مورد نیاز آنها طبقه بندی می شوند. با بررسی یافته های تحقیق می توان به نقش ارتباطات و ضرورت توسعه و تقویت زیرساخت های ارتباطی و اطلاعاتی برای تسهیل و تسریع در دستیابی به اهداف ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی نیز پی برد. در این زمینه یافته های تحقیق مبین ضرورت توجه به برخی سازوکارهای حمایتی نظیر «تسهیل ارتباطات برون مرزی کارآفرینان»، «سازماندهی ارتباطات شبکه ای بین کارآفرینان بخش کشاورزی» و «تقویت زیرساخت های ارتباطی و اطلاعاتی (ICT) در بخش کشاورزی» می باشد.

### موانع و محدودیت های ترویج کارآفرینی کشاورزی

بررسی اطلاعات حاصله در مورد موانع و محدودیت های ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی کشور نشان داد که از دیدگاه متخصصان مورد بررسی، «وجود موانع ساختاری و اداری برای فعالیت کارآفرینان کشاورزی» و نیز «عدم وجود قوانین مشخص برای حمایت از کارآفرینان» می توانند بیشترین مانع و محدودیت را در پیشبرد اهداف برنامه های ترویج کارآفرینی در این بخش ایجاد نمایند. به نحوی که در بین موانع و محدودیت های مورد بررسی در این زمینه، به ترتیب اولویت اول و دوم به آنها اختصاص یافت که در این زمینه می توان بین یافته های تحقیق حاضر با نتایج پژوهش های اسمیت (۲۰۰۴) و سازمان بین المللی کار (۲۰۰۶) و نیز مفاد برنامه ارائه شده از سوی سازمان توسعه و همکاریهای اقتصادی (۱۹۹۶) در بحث توسعه کارآفرینی در جوامع، به نوعی همخوانی و تطابق دست یافت.

پس از دو مورد مذکور، «ناهماهنگی بین سازمان های ذیربط در فرایند توسعه کارآفرینی کشاورزی» بعنوان یکی از محدودیت های موجود در فرایند ترویج کارآفرینی، از سوی متخصصان مورد تأکید قرار گرفت که در این زمینه نیز می توان یافته حاضر را در تطابق با توصیه های طرح پژوهشی سازمان بین المللی کار (۲۰۰۶) مبنی بر ضرورت همکاری سازمان ها و نهادهای بخش دولتی و خصوصی در حمایت از فعالیت های کارآفرینان ارزیابی نمود. «عدم وجود ارتباط مناسب بین نظام های آموزشی و محیط کار کشاورزی» از دیگر مواردی بود که از سوی پاسخگویان بعنوان یکی از محدودیت های پیش رو و دارای تأثیر زیاد در پیشبرد اهداف برنامه های ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی معرفی شد و در اولویت بندی موانع و محدودیت های موجود، اولویت چهارم را کسب نمود.

بر اساس اطلاعات حاصله، «ناکارآمدی سیستم دولتی ترویج کشاورزی» و «ضعف توانمندی های آموزشگران و مروجان کشاورزی» برای ارائه برنامه های ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی از دیگر مواردی بود که مورد تأکید پاسخگویان قرار گرفت و در اولویت بندی موانع و محدودیت های موجود، اولویت پنجم و ششم به آنها اختصاص یافت. بررسی اطلاعات حاصله در مورد موانع و محدودیت های پیش روی فرایند ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی همچنین نشان داد که از دیدگاه پاسخگویان، تأثیر عواملی نظیر «پایین بودن سطح سواد و مهارت افراد در جامعه روستایی و کشاورزی کشور»، «عدم وجود علاقه و انگیزه کافی در افراد برای کارآفرینی در زمینه کشاورزی» و «عدم وجود خلاقیت و نوآوری در فعالان بخش کشاورزی» در فرایند ترویج کارآفرینی، کمتر از سایر موارد بوده و در اولویت بندی موانع و محدودیت های مورد بررسی، این موارد در رده موانع دارای اولویت پایین تر قرار گرفتند. این وضعیت بیانگر آن است که موانع و محدودیت های ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی، کمتر به شرایط و ویژگی های مخاطبین مربوط بوده و موانع پیرامونی از قبیل موانع ساختاری، قانونی و اداری تأثیرگذاری بیشتری در فرایند ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی دارند. در بین موانع و محدودیتهای مورد بررسی، «پایین بودن مزیت نسبی فعالیت های کشاورزی نسبت به فعالیت در سایر بخش ها» کمترین تأثیر را در فرایند ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی داشته و در اولویت بندی موانع نیز اولویت آخر به آن اختصاص یافت. (جدول ۳)

جدول (۳) اولویت بندی میزان تأثیر موانع و محدودیت های مختلف در فرایند ترویج کارآفرینی

اولویت	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین رتبه ای*	n	موانع و محدودیت ها
1	0/174	0/728	4/186	۸۶	وجود موانع ساختاری و اداری برای فعالیت کارآفرینان کشاورزی
2	0/186	0/788	4/230	۸۷	عدم وجود قوانین مشخص برای حمایت از کارآفرینان کشاورزی
3	0/188	0/813	4/330	۸۸	ناهماهنگی بین سازمان های ذیربط در فرایند توسعه کارآفرینی کشاورزی
4	0/209	0/908	4/341	۸۸	عدم وجود ارتباط مناسب بین نظام های آموزشی و محیط کار کشاورزی
5	0/215	0/896	4/159	۸۸	ناکارآمدی سیستم دولتی ترویج کشاورزی
6	0/218	0/892	4/091	۸۸	ضعف توانمندی های آموزشگران و مروجان کشاورزی
7	0/222	0/863	3/897	۸۷	ضعف سیستم های اطلاع رسانی و ارتباطات در محیط های روستایی و کشاورزی
8	0/233	0/940	4/034	۸۸	پایین بودن سطح قابلیت ها و توانمندی های دانش آموختگان کشاورزی
9	0/253	0/961	3/795	۸۸	پایین بودن سطح سواد و مهارت افراد در جامعه روستایی و کشاورزی کشور
10	0/284	1/095	3/851	۸۷	عدم وجود علاقه و انگیزه کافی در افراد برای کارآفرینی در زمینه کشاورزی
11	0/297	1/090	3/670	۸۸	عدم وجود خلاقیت و نوآوری در فعالان بخش کشاورزی
12	0/324	1/231	3/793	۸۷	پایین بودن مزیت نسبی فعالیت های کشاورزی نسبت به فعالیت در سایر بخش ها

\* مقیاس: هیچ: ۰ خیلی کم: ۱ کم: ۲ متوسط: ۳ زیاد: ۴ خیلی زیاد: ۵

## تحلیل عاملی موانع و محدودیت های ترویج کارآفرینی

در تحلیل عاملی موانع و محدودیت های ترویج کارآفرینی نیز مانند مورد قبل، برای ارزیابی اولیه داده ها، از آزمون KMO و آزمون بارتلت استفاده شد. پس از اطمینان از مناسب بودن داده ها برای تحلیل عاملی، به منظور شناسایی و تحلیل مؤلفه های اصلی دارای بیشترین درصد تبیین واریانس، داده های مرتبط با ارزیابی موانع و محدودیت های ترویج کارآفرینی وارد تحلیل عاملی شدند که با در نظر گرفتن بارهای عاملی بزرگتر از ۰/۵۰ برای متغیرها جهت ورود به تحلیل، پس از چرخش عامل ها با شیوه وریماکس، نهایتاً سه عامل استخراج شد. بر اساس یافته ها، عامل اول با مقدار ویژه ۳/۴۲ بیشترین میزان (۳۴/۲۳ درصد) از تغییرات واریانس تأثیرگذاری موانع را تبیین می نماید. بر همین اساس عامل دوم و سوم نیز به ترتیب ۱۷/۳۸ درصد و ۱۲ درصد از تغییرات واریانس موانع را تبیین می نمایند که بدین ترتیب عوامل استخراج شده در مجموع ۶۳/۶۱ درصد از واریانس مشترک بین متغیرهای مورد نظر را تبیین می نمایند.

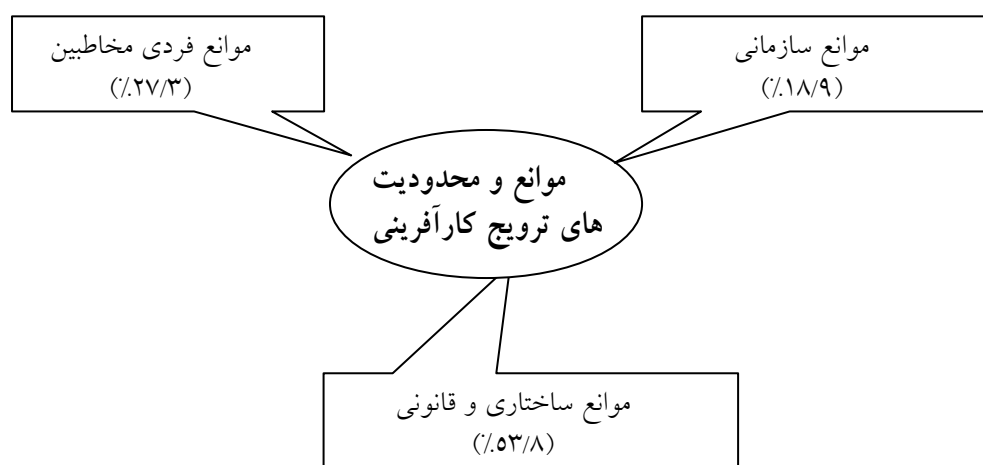
در تحلیل عاملی موانع و محدودیت های پیش روی فرایند ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی، بار شدن چهار مانع و محدودیت شامل «عدم وجود قوانین حمایتی مشخص»، «وجود موانع ساختاری و اداری»، «عدم وجود ارتباط مناسب بین نظام های آموزشی و محیط کار کشاورزی» و «ضعف سیستم های اطلاع رسانی و ارتباطات در محیط های روستایی و کشاورزی» بر عامل اول دیده شد. به نحوی که این عامل به تنهایی ۳۴/۲۳ درصد از تغییرات واریانس تأثیرگذاری موانع مورد نظر را تبیین می نماید. این وضعیت نشان دهنده تأثیر بیشتر «موانع و محدودیت های ساختاری و قانونی» در مقایسه با سایر موانع و محدودیت های موجود می باشد.

نتایج تحلیل عاملی همچنین نشان داد که بارهای عاملی مربوط به سه مورد از موانع و محدودیت های مورد بررسی شامل «عدم وجود علاقه و انگیزه کافی در افراد برای کارآفرینی در زمینه کشاورزی»، «عدم وجود خلاقیت و نوآوری در فعالان بخش کشاورزی» و «پایین بودن سطح سواد و مهارت افراد در جامعه روستایی و کشاورزی» نیز به عامل دوم تعلق دارند. بر این اساس می توان عامل دوم را بعنوان «موانع فردی مخاطبین» معرفی نمود که تبیین کننده ۱۷/۳۸ درصد از تغییرات واریانس موانع مورد نظر می باشد. بر مبنای نتایج تحلیل عاملی، بیشترین بارهای عاملی متعلق به عامل سوم نیز به سه مورد از موانع و محدودیت های مورد بررسی شامل «ناکارآمدی سیستم دولتی ترویج کشاورزی»، «ناهماهنگی بین سازمان های ذیربط در فرایند توسعه کارآفرینی کشاورزی» و «ضعف توانمندیهای آموزشگران و مروجان کشاورزی» اختصاص یافت. بر این اساس می توان عامل سوم را با عنوان «موانع سازمانی» موجود در فرایند ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی شناسایی نمود که دارای سهمی معادل ۱۲ درصد در تغییرات واریانس تأثیرگذاری موانع مورد نظر می باشد.

جدول (۴) نتایج تحلیل عاملی موانع و محدودیت های ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی

بار عاملی	موانع تشکیل دهنده	عوامل
0/868	عدم وجود قوانین مشخص برای حمایت از کارآفرینان کشاورزی	موانع ساختاری و قانونی
0/688	وجود موانع ساختاری و اداری برای فعالیت کارآفرینان کشاورزی	
0/648	عدم وجود ارتباط مناسب بین نظام های آموزشی و محیط کار کشاورزی	
0/564	ضعف سیستم های اطلاع رسانی و ارتباطات در محیط های روستایی و کشاورزی	
0/897	عدم وجود علاقه و انگیزه کافی در افراد برای کارآفرینی در زمینه کشاورزی	موانع فردی مخاطبین
0/859	عدم وجود خلاقیت و نوآوری در فعالان بخش کشاورزی	
0/510	پایین بودن سطح سواد و مهارت افراد در جامعه روستایی و کشاورزی کشور	
0/827	ناکارآمدی سیستم دولتی ترویج کشاورزی	
0/737	ناهماهنگی بین سازمان های ذیربط در فرایند توسعه کارآفرینی کشاورزی	موانع سازمانی
0/584	ضعف توانمندی های آموزشگران و مروجان کشاورزی	

نگاره (۲) شمایی از موانع و محدودیت های پیش رو در فرایند ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی را بر اساس نتایج تحلیل عاملی انجام شده نشان می دهد.



نگاره (۲) موانع و محدودیت های ترویج کارآفرینی بر اساس نتایج تحلیل عاملی

بطور کلی با تأمل در یافته های تحقیق پیرامون موانع و محدودیت های ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی کشور، می توان نتیجه گرفت که موانع و محدودیت های ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی، کمتر به ویژگی های مخاطبین نظیر پایین بودن سطح سواد و مهارت، نداشتن علاقه و انگیزه کافی و عدم وجود خلاقیت و نوآوری مربوط بوده و موانع پیرامونی از قبیل موانع ساختاری، قانونی و اداری تأثیرگذاری بیشتری در فرایند ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی دارند.

با بررسی موانع و محدودیت های پیش روی ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی کشور می توان دریافت که «وجود موانع ساختاری و اداری برای فعالیت کارآفرینان» و نیز «عدم وجود قوانین مشخص برای حمایت از کارآفرینان» بیشترین مانع و محدودیت را در پیشبرد اهداف برنامه های ترویج کارآفرینی در این بخش ایجاد می نمایند. بر اساس یافته های تحقیق، ناهماهنگی بین سازمان های ذیربط در فرایند توسعه کارآفرینی کشاورزی، از دیگر محدودیت های ترویج کارآفرینی می باشد. بر مبنای یافته های تحقیق، عدم وجود ارتباط مناسب بین نظام های آموزشی و محیط کار کشاورزی نیز می تواند مانعی برای پیشبرد فرایند ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی باشد. همچنین بر اساس اطلاعات بدست آمده، ناکارآمدی سیستم دولتی ترویج کشاورزی و ضعف توانمندی های آموزشگران و مروجان کشاورزی نیز از جمله محدودیت های ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی کشور می باشند.

### پیشنهادات

در این بخش بر اساس نتایج تحقیق، پیشنهاداتی برای تسریع و تسهیل فرایند ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی کشور و نیز غلبه بر موانع و محدودیت های پیش روی توسعه و تداوم فرایند ارائه می شود:

- ۱- با توجه به سازوکارهای حمایتی مورد نیاز در فرایند ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی، پیشنهاد می شود کلیه سازمان ها و نهادهایی که در تدوین برنامه ها و سیاستگذاری ترویج کارآفرینی مشارکت دارند، نقش خود را در نظام های حمایتی بطور دقیق مشخص نموده و برای ایفای آن برنامه ریزی و تلاش نمایند. سازوکار مطمئن تر در این زمینه، تدوین قوانین و دستورالعمل های دولتی الزام آور برای حمایت از کارآفرینان بخش کشاورزی می باشد.

۲- در مورد نوع سازوکارهای حمایتی مورد نیاز نیز پیشنهاد می شود به منظور تسریع فرایند ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی کشور، سازوکارهای قانونی، برنامه ای و اجرایی مناسب برای تسهیل روند قانونی شکل گیری و راه اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه و تسهیل برخورداری کارآفرینان از تسهیلات بانکی و امکانات و تجهیزات مورد نیاز پیش بینی و عملیاتی شود.

۳- با دقت در نوع سازوکارهای حمایتی مورد نیاز در فرایند ترویج کارآفرینی، می توان دریافت که حمایت های مورد نیاز تنها محدود به حمایت های قانونی، مالی و تجهیزاتی نبوده و ارائه خدمات آموزشی و مشاوره ای به کارآفرینان بالقوه و بالفعل نیز در ردیف حمایت های ضروری مورد نیاز در این فرایند قابل طبقه بندی است. بر این اساس توصیه می شود در فرایند ترویج کارآفرینی، سازوکار مناسبی برای ارائه خدمات آموزشی و مشاوره ای به گروه های مختلف مخاطبین بویژه در مراحل اولیه راه اندازی کسب و کارها پیش بینی شود. در این زمینه مراکز غیردولتی رشد و توسعه کارآفرینی کشاورزی می توانند به نحو موثری ایفای نقش نمایند.

۴- با توجه به نقش ارتباطات و ضرورت تقویت زیرساخت های ارتباطی و اطلاعاتی در ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی، پیشنهاد می شود با شناسایی دقیق کارآفرینان بخش کشاورزی کشور و تهیه بانک اطلاعاتی مناسب و کامل از ویژگی ها و شرایط آنها، زمینه های مورد نیاز برای برقراری ارتباطات شبکه ای بین آنها فراهم شود. همچنین از طریق پایگاه های اطلاعاتی، امکان ارتباطات برون مرزی کارآفرینان بررسی و با رفع موانع موجود، برقراری این نوع ارتباطات تسهیل شود. سازوکار حمایتی دیگر تقویت زیرساخت های ارتباطی و اطلاعاتی (ICT) در بخش کشاورزی و روستایی است که نیازمند برنامه ریزی و هماهنگی های بین سازمانی در سطوح کلان می باشد.

۵- با توجه به موانع و محدودیت های پیش روی ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی کشور، پیشنهاد می شود کلیه سازمان ها و نهادهایی که در تدوین برنامه ها و سیاستگذاری ترویج کارآفرینی مشارکت دارند، ضمن مشارکت و همراهی با یکدیگر، با بررسی های دقیق، موانع ساختاری و اداری پیش روی فعالیت های کارآفرینان کشاورزی را شناسایی نموده و در جهت رفع موانع موجود، برنامه ریزی و تلاش نمایند. با توجه به تأثیر ناهماهنگی بین سازمانی در بروز موانع، توصیه مؤکد بر حفظ هماهنگی و انسجام لازم بین سازمان ها و نهادهای همکاری کننده در رهیافت ترویج کارآفرینی و پرهیز از جزئی نگری در تدوین برنامه ها و سیاست ها می شود.

۶- به منظور برقراری ارتباط بیشتر بین نظام های آموزشی و محیط کار کشاورزی، پیشنهاد می شود با دخالت دانشگاه ها و مراکز آموزش کشاورزی، سازوکار مناسبی برای ارتباط بیشتر دانشگاهیان و فعالان بخش کشاورزی طراحی و اجرا شود.

۷- با توجه به نقش ادارات ترویج و آموزشگران و مروجان کشاورزی در اشاعه اندیشه های نوین در بخش کشاورزی و نیز نتیجه تحقیق مبنی بر ناکارآمدی سیستم ترویج و ضعف توانمندی های آموزشگران و مروجان کشاورزی بعنوان یکی از محدودیت های ترویج کارآفرینی در این بخش، پیشنهاد می شود با تقویت نظام سازمانی بخش ترویج و توانمندسازی مروجان و کارشناسان در ارائه برنامه های ترویج کارآفرینی، تا حد امکان از تأثیر این محدودیت کاسته شده و از توان بخش ترویج و کارشناسان و مروجان کشاورزی در سطوح مختلف، در راستای اهداف ترویج کارآفرینی به نحو شایسته ای استفاده شود.

## فهرست منابع:

- مرکز آمار ایران (۱۳۸۲) نتایج تفصیلی سرشماری عمومی کشاورزی کل کشور سال ۱۳۸۲.
- Audretsch, D. B. (2002) *Entrepreneurship: A Survey of the Literature*. Institute for Development Strategies, Indiana University & Centre for Economic Policy Research (CEPR), London.
- Bednarzik, R.W. (2000) the role of entrepreneurship in U.S. and European job growth. *Monthly Labor Review*, July 2000
- Birley, S. (1987) New ventures and employment growth. *Journal of Business Venturing*, 2(2). pp. 155-165.
- Donckels, R. (1991) Education and Entrepreneurship from Secondary and University Education in Belgium. *Journal of Small Business and Enterprise* 9(11): 35-42.
- GEM (2004) *Global Entrepreneurship Monitor 2003 Executive Report*, Babson College, Babson Park, MA, USA/ LBS, London, UK.
- Gorman, G., & Hanlon, D. (1997) Some Research Perspectives on Entrepreneurship Education, Enterprise Education and Education for small Business management: A ten-year literature Review. *International Small Business Journal* 15(3): 56-78.
- Hills, G.E. (1998) Variations in University Entrepreneurship Education: An Empirical Study of an Evolving Field. *Journal of Business Venturing* 3: 109-122.
- Higgins, M., & Morgan, J. (2000) the Role of Creativity in Planning: The Creative Practitioner. *Planning Practice and Research*, 15(1) February-May 117-128.
- ILO (2006) *Stimulating Youth Entrepreneurship: Barriers and incentives to enterprise start-ups by young people*. By Ulrich Schoof. Small Enterprise Development Programme Job Creation and Enterprise Development Department International Labour Office . Geneva
- Kourilsky, M.L., & Walstad, W.B. (1998) Entrepreneurship and Female youth: knowledge, attitudes, gender differences and educational practices. *Journal of Business Venturing* 13(1): 77-88.
- Kreiser, P. M.; Marino, L., Weaver, K. M. (2001) Correlates of Entrepreneurship: The Impact of National Culture on Risk-Taking and Proactiveness in SMEs. University of Alabama, Department of Management and Marketing.
- Lordkipanidze, M. (2002) *Enhancing Entrepreneurship in Rural Tourism for Sustainable Regional Development The case of Söderslätt region, Sweden*. Published in 2002 by The International Institute for Industrial Environmental Economics , Lund University.
- Lundstrom, A., & Stevenson, L. (2001) *Entrepreneurship Policy for the Future*. Swedish Foundation for Small Business Research. Stockholm.
- Mc Elwee, G. (2005) *Developing entrepreneurial skills of farmers* . University of Lincoln.
- Mueller, S.L., Thomas, A.S. (2001) Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness, *Journal of Business Venturing*, 16, pp. 51-75.
- OECD,(1996) *The Implementation of an Entrepreneurship Development Strategy in Canada: The Case of the Atlantic Region*. Head of Publications Service, OECD, 2 rue André-Pascal, 75775 Paris Cedex 16, France.
- Petrin, T. (1994) *Entrepreneurship as an Economic Force in Rural Development*. Keynote paper presented at the Seventh FAO/REU international Rural Development Summer School Herrsching. Germany. 8-14 September 1994.
- Petrin ,T. (1997) *Rural development through entrepreneurship*. FAO, Regional Office for Europe.Rome, Italy.
- Rural Development Council. (2001) *Entrepreneurship in rural America. Culture & Entrepreneurship*. [Online]. Available: <http://www.wvrdc.state.wv.us/chapter3.pdf>
- Scorsone, E. (2003) *Encouraging Entrepreneurship in Rural Communities: The University of Kentucky Entrepreneurship Initiative Program*. *Journal of Extension*, 41 (6) [Online]. Available:<http://www.joe.org/joe/2003december/iw5.shtml>.
- Sidhu ,K., & Kaur, S.(2006) Development of Entrepreneurship among Rural women. *Journal of social science*, 13(2): p 147-149.
- Smit, A.B. (2004) *Changing external conditions require high levels of entrepreneurship in Agriculture*’. In: Bokelman, W. (2004), *Acta Horticulture No. 655, Proceedings of the 15th International Symposium on Horticultural Economics and Management*, Berlin, Germany.
- Zoltan, A.C. (2006) *How Is Entrepreneurship Good for Economic Growth?* [Online]. Available: [http://mitpress.mit.edu/journals/pdf/INNOV0101\\_p97-107\\_02-23-06.pdf](http://mitpress.mit.edu/journals/pdf/INNOV0101_p97-107_02-23-06.pdf).



# **Identifying facilitators and obstacles in extension of entrepreneurship in agriculture sector**

Dr. A. Yaghoubi, Dr. I. Malek Mohammadi, Dr. S. M. Hosseini, and Dr. S. Y. Hejazi

## **Abstract**

The main purpose of this research is to determine and to analyze facilitators and obstacles in the process of extension of entrepreneurship in agriculture sector and to find some solutions for improving this process as well. The research mainly was an applied and non-experimental research. Needed information was collected by archival research and a field survey was conducted via questionnaire as the main research tool in 2008 in Iran. The validity of the questionnaire was assessed by a panel experts and the reliability was measured by "Cronbach  $\alpha$ " test. The statistical population is composed of "experts in agricultural extension and entrepreneurial fields" (university members and extension specialists in extension organization). The target sample population was 91 experts who were selected through a census. Research results indicated that Entrepreneurship Extension programs needs to a holistic attention to the mechanisms for "facilitating the rules of establishing agricultural SMEs", "facilitating finance credits for entrepreneurs" and "accessing other needed facilities". Also factor analysis of the supportive mechanisms showed that education and consultation services had an important role in enhancing extension of Entrepreneurship process. Based on factors analysis, "some structural and official obstacles" and "lacking of specific rules for supporting entrepreneurs" were the most important challenges in developing Entrepreneurship programs. Based on research findings, the present article concluded with some practical recommendations for reducing limitation and enhancing the facilitating mechanisms in the process of Entrepreneurship Extension.

**Key words:** Entrepreneurship, Entrepreneurship Extension, Agriculture, Facilitators, Obstacles.