

تحلیل راهبردی توسعه فعالیت های کارآفرینانه کشاورزی در استان کرمانشاه

فرشته فرجی^۱، فرحناز رستمی^۲، تهمنه احسانی فر^۳، مهنا شاهرادی^۴

^۱ دانش آموخته کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی، دانشگاه رازی (fereshteh.faraji@yahoo.com)

^۲ استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه رازی (Fr304@Yahoo.com)

^۳ دانش آموخته کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی، دانشگاه رازی (tahmineh.ehsanifar@gmail.com)

^۴ دانشجوی دکتری توسعه کشاورزی، دانشگاه رازی (shahmorade4468@gmail.com)

چکیده

ظرفیت بالای بخش کشاورزی در استان کرمانشاه به دلایلی همچون تنوع شرایط آب و هوایی و اقلیمی، دسترسی به زمین های حاصلخیز و نیروی کار آماده فعالیت توجه بیش از پیش به این بخش را الزامی می نماید. شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی منجر به تسهیل و پیشرفت سریع تر این امر خواهد شد. این پژوهش به منظور دستیابی به راهبرد اصلی توسعه فعالیت های کارآفرینانه کشاورزی در استان کرمانشاه انجام شده است. رویکرد مورد نظر در این مطالعه کیفی - کمی بوده که برای تحلیل داده ها در بخش کیفی از روش تحلیل محتوا و در بخش کمی از روش تحلیل سلسله مراتبی در محیط نرم افزار Expert Choice استفاده شد. جامعه مورد مطالعه در بخش کیفی کارآفرینان کشاورزی استان کرمانشاه بودند که از ۲۷ نفر آنها مصاحبه عمیق نیمه ساختارمند به عمل آمد، در بخش کمی نیز پرسشنامه مقایسات زوجی در اختیار ۱۰ نفر از کارآفرینان، اساتید و کارشناسان کارآفرینی و کشاورزی استان قرار گرفت. در نهایت براساس نتایج پژوهش، راهبرد توسعه ای " توسعه بازارهای منطقه ای و بسترسازی برای توسعه شرکت های کارآفرینانه و ارائه محصولات کارآفرینان کشاورزی استان در نمایشگاه های منطقه ای، ملی و بین المللی " با اولویت نهایی ۰/۳۴۷ به عنوان بهترین استراتژی و راهبرد محافظه کارانه " تدوین سیاست ها و ایجاد بسترهای مناسب حمایتی از کارآفرینان کشاورزی از سوی دولت و سازمان ها مثل پرداخت یارانه به تولیدکنندگان و ارائه تسهیلات به کارآفرینان برای سهولت در دسترسی به زمین مناسب جهت فعالیتشان " نیز با اولویت نهایی ۰/۲۷۰ به عنوان استراتژی جایگزین برای توسعه فعالیت های کارآفرینانه کشاورزی در استان کرمانشاه انتخاب گردید.

واژه های کلیدی: کارآفرینی، کشاورزی، توسعه.

Strategic Analysis the Development of Agricultural Entrepreneurial Activities in Kermanshah Province

F. Faraji¹, F. Rostami², T. Ehsanifar³, M. Shahmoradi⁴

¹ M.Sc. Graduated of Entrepreneurship Management, Razi University, Iran

² Assistant Professor. Dept. of Agricultural Education. Faculty of Agriculture Razi University, Iran

³ M.Sc. Graduated of Entrepreneurship Management, Razi University, Iran

⁴ Ph.D. Student, Agricultural Development, Razi University, Iran

Abstract

The high capacity of the agricultural sector in Kermanshah province for reasons such as weather conditions and climatic diversity, access to fertile land and workforce ready to work more and more attention to this sector are required. Identify factors affecting the development of entrepreneurial agricultural, this matter will get lead to facilitate and faster progress. This research strategy for development in order to achieve agricultural entrepreneurial activities carried out in Kermanshah province. The approach taken in this study is qualitative and quantitative which data analysis in qualitative sector content analysis method and in quantitative sector is the Analytic Hierarchy Process in Expert Choice software was used. In the qualitative study population in Kermanshah province agricultural entrepreneurs that 27 of them were semi-structured in-depth interviews, in the quantitative part too questionnaire of paired comparisons to the 10 of entrepreneurs, professors and experts of entrepreneurship and agricultural in province it placed. Finally, the results of research, development strategy of " The development of regional markets and paving the way for the development of entrepreneurial companies and introduction of products of agricultural entrepreneurs in exhibitions of regional, national and international "As the best strategy and 0.347 ultimate priority and conservative strategy "policy formulation and establishment of appropriate infrastructure to support agricultural entrepreneurs and organizations, such as government subsidies to producers and entrepreneurs to facilitate the access to the appropriate facilities to do the work." Also Final priority the development of entrepreneurial activities 0.270 as alternative strategy for agriculture in the province of Kermanshah was selected.

Key Word: Entrepreneurship, Agriculture, development.

مقدمه

امروزه کارآفرینی مانند راهبردی مناسب برای توسعه بخش کشاورزی و گذر از چالش‌های مربوط، همانند پایداری، سودآوری و بهره‌وری مطرح است (دامیانوس^۱ و اسکوراس^۲؛ ۱۹۹۶؛ چامپگن^۳ و همکاران، ۱۹۹۰؛ نینگولن^۴؛ ۲۰۰۳).

بنابراین لزوم حرکت در راستای کشاورزی تجاری و رقابتی مبتنی بر نیروهای بازار، کشاورز ایرانی را مجبور می‌کند تا به شکل متفاوت تری 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). فعالیت کارآفرینی از طریق تخریب روش‌های ناکارآمد گذشته و موجود و جایگزینی آن‌ها با شیوه‌های کارآمد و نوین به نظام اقتصادی جامعه، پویایی و حیات می‌بخشد و با ارائه محصولات و خدمات جدید می‌تواند جامعه را به سمت توسعه سوق دهد (کوراتکو^۵ و همکاران، ۲۰۰۴).

در سال‌های اخیر علاقه به کارآفرینی در کشاورزی به سرعت در حال افزایش است و جوامع روستایی معتقدند که رشد اقتصادی از طریق کارآفرینی اتفاق می‌افتد (پارسل^۶ و سیکوتا^۷؛ ۲۰۰۳). بنابراین تجدید ساختار بخش کشاورزی در نتیجه تغییرات در سیاست‌های ملی و بین‌المللی، تقاضا برای فعالیت‌های کارآفرینانه در بین کشاورزان را افزایش داده است (واندنبان^۸؛ ۲۰۰۲). اما تجارب بین‌المللی نشان می‌دهد که کارآفرینی در بخش‌های صنعت و خدمات بیش از کشاورزی رشد و توسعه داشته است که علت آن به شرایط خاص بخش کشاورزی در سراسر دنیا که عمدتاً در نقاط روستایی متمرکز است و از لحاظ همه عوامل و عناصر لازم برای توسعه ضعیف‌تر از مناطق شهری و صنعتی است، برمی‌گردد. این موضوع در کشورهای در حال توسعه بغرنج‌تر است، جایی که در اکثر آن‌ها هنوز هم کشاورزی به مثابه شیوه زندگی سنتی مطرح است، نه به صورت یک کسب‌وکار که می‌تواند قابلیت رشد و توسعه داشته باشد؛ از سوی دیگر، شکاف وسیع‌تر میان مناطق روستایی و شهری در کشورهای در حال توسعه و چیرگی صنعت بر کشاورزی و گرایش راهبردها و سیاست‌های توسعه به سمت صنعت، همراه با ویژگی‌های اقتصادی-اجتماعی جامعه روستایی و کشاورزی باعث شده است تا کارآفرینی کشاورزی کمتر رشد داشته باشد (یداللهی فارسی و همکاران، ۱۳۸۹). بر این اساس همان‌طور که گفته شد به رغم اهمیت توسعه‌ی کسب و کارهای کشاورزی و بخش کشاورزی تجاری، بنابر شواهد موجود، از جمله گزارش سازمان بهره‌وری آسیایی (۲۰۰۳)، برنامه مشخصی برای توسعه‌ی این کسب‌وکارها در کشور وجود ندارد و تدابیر اتخاذ شده، کوتاه مدت (غیر راهبردی) و غیرانعطاف‌پذیرند، بیش‌تر این کسب و کارها به دلیل نبودن ظرفیت‌های مدیریتی لازم، ناکارآمد هستند، از فناوری نوین کم‌تر بهره می‌برند و به دلیل رویه‌های پیچیده و زمانبر در دسترسی به اعتبارهای بانکی و منابع مالی و بازپرداخت اعتبارهای دریافتی با مشکل روبه‌رو هستند، با کمبود زیرساخت‌ها و تسهیلات ارتباطی دست و پنجه نرم می‌کنند و نتیجه این‌که، از توانایی لازم برای عرضه‌ی رقابتی محصولات و خدمات با کیفیت برخوردار نیستند (شریف زاده و همکاران، ۱۳۸۹).

براساس نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۸۵، نرخ بیکاری مناطق روستایی در ایران برابر ۱۴/۷۴ درصد و نرخ مشارکت نیروی کار ۴۰/۸۵ درصد است و از میان ۷۴۹۴۰۰۰ نفر جمعیت فعال روستایی حدود ۱۵ درصد از آن‌ها بیکار جویای کار هستند. علت اشتغال پایین به توسعه اندک فعالیت‌های کشاورزی در روستاها ارتباط دارد زیرا هر ساله از جمعیت شاغل در این بخش کاسته شده و به

^۱Damianos

^۲Skuras

^۳Champagne

^۴Nainggolan

^۵Kuratko

^۶Parcell

^۷Sykuta

^۸Van den Ban

بخش‌های صنعت و خدمات اضافه می‌شود (امینی، ۱۳۸۷). در استان کرمانشاه نیز آمار نشان می‌دهد که سهم اشتغال در بخش کشاورزی از ۳۱/۹ درصد در سال ۱۳۸۵ به ۲۷/۶ درصد در سال ۱۳۸۹ کاهش یافته این در حالی است که سهم اشتغال بخش‌های صنعت و خدمات افزایش داشته است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۳). گزارش بانک جهانی نشان می‌دهد، در فاصله‌ی سال‌های ۲۰۰۱-۱۹۹۰ کشاورزی ایران به‌طور متوسط ۱۵/۲ درصد از تولیدات ناخالص داخلی را به خود اختصاص داده است. همچنین سهم این بخش از درآمدهای حاصل از صادرات غیرنفتی معادل ۲۶ درصد بوده است. از طرف دیگر کشاورزی ایران یک چهارم کل اشتغال را به خود اختصاص می‌دهد، به‌عبارت دیگر ۲۵ درصد از کل فرصت‌های شغلی ایران مربوط به بخش کشاورزی است. صنایع غذایی کشور (به‌عنوان بخش مهمی از صنایع بخش کشاورزی)، بعد از صنعت پالایش نفت، مهم‌ترین بخش صنعتی کشور از لحاظ تولید ارزش افزوده می‌باشد (کریمی برزآباد، ۱۳۹۳).

در استان کرمانشاه نیز که به عنوان یکی از قطب‌های مهم کشاورزی ایران به‌شمار می‌رود (قمبرعلی، ۱۳۹۳) با وجود ظرفیت‌های بالقوه بسیار، همچون آب، خاک و اقلیم مناسب به علت عدم استفاده بهینه از پتانسیل‌های بالای خود با موانع بسیاری در زمینه توسعه و افزایش بهره‌وری تولیدات کشاورزی مواجه است. رفع این موانع نیازمند تعیین راهبردهای مناسب مبتنی بر تحلیل‌های دقیق محیط کسب و کار در بخش کشاورزی است. این پژوهش در همین راستا و با هدف شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای پیشروی فعالیت‌های کارآفرینانه کشاورزی و در پی پاسخ به این سؤال که "راهبرد مناسب جهت توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه کشاورزی در استان کرمانشاه کدام است؟" انجام شده است.

مروری بر مبانی نظری و پیشینه تحقیق

ابتدا تعاریفی چند مطرح شده و ارتباط میان آن‌ها بیان می‌گردد. پیشینه تحقیق نیز در ادامه بیان خواهد شد.

تعریف کارآفرینی^۱

با وجود قدمت کارآفرینی به بلندای تاریخ، مفهوم علمی آن سابقه طولانی ندارد. اولین نویسنده برای به رسمیت شناختن نقش کارآفرینی ریچارد کانتیلون بود (هبرت و لینک (۲۰۱۱)). او در حدود سال ۱۷۳۰ میلادی با تقسیم عوامل اقتصادی به سه گروه مالکان زمین، عوامل اقتصادی دستمزد بگیر و آن دسته از عوامل اقتصادی که ضمن قبول ریسک در بازار فعالیت می‌کنند، برای اولین بار کارآفرین را به‌عنوان یکی از عوامل مطرح در توسعه فعالیت‌های اقتصادی مطرح کرد. پس از وی ژوزف شومپتر اقتصاددان برجسته اوایل قرن بیستم، کارآفرینی را به‌عنوان موتور محرکه رشد اقتصادی معرفی کرده و به بررسی جنبه‌های مختلف آن پرداخت. مطالعات او در مورد توسعه اقتصادی و کارآفرینی، تأثیر به‌سزایی بر تحقیقات بعدی، داشته است، به نحوی که وی را پدر علم کارآفرینی می‌نامند. در واقع شکل‌گیری و توسعه علم کارآفرینی در این زمان، تلاشی نظام یافته برای تبیین، تشریح و پیش‌بینی موفقیت در تأسیس سازمان‌های سازگار با شرایط محیطی متلاطم و غیرقابل پیش‌بینی دهه‌های اخیر محسوب می‌شود (سعیدی مهرآباد و مهدی، ۱۳۸۷).

رابطه کارآفرینی و توسعه اقتصادی

طبیعتاً چرخه گردش پول، و جابجایی پول با سیستم مبادله کالا به کالا، لزوم وجود فعالیت‌های اقتصادی و چرخش پول را بیان داشته که اهمیت کارآفرینی در اقتصاد را نشان می‌دهد. وجود کار، و به طبع آن استخدام افراد موجب ورود پول به چرخه گردش اقتصادی شده که در نهایت توسعه اقتصادی را به دنبال دارد.

دو نقش مهم کارآفرینی در رشد و توسعه اقتصادی عبارت‌اند از:

اول، راه جدید، و دوم تازگی. اولاً، کارآفرین پایه‌گذار یک تجارت جدید است: "فردی که یک شرکت جدید تجاری را تأسیس و سپس شاید سازمان‌دهی و عملیاتی می‌سازد، خواه این شرکت نوآورانه عمل کرده باشد یا خیر". ثانیاً، کارآفرین نقش نوآورانه کلی‌تری در زندگی اقتصادی ایفا می‌کند: "کارآفرین در نقش نوآور و به‌عنوان فردی که اختراعات و ایده‌ها اقتصادی زیادی دارد قادر به تأسیس یک

شرکت هم می‌باشد" (ونکرز و توریک، ۱۹۹۹). بنابراین، تازگی در راه‌اندازی و نوآوری، مهم‌ترین عواملی هستند که کارآفرینی را به رشد اقتصادی پیوند می‌دهند (توما و همکاران، ۲۰۱۳).

کارآفرینی کشاورزی^۳

دیدگاه‌های سنتی همواره اصلی‌ترین مانع پیشرفت اقتصاد کشاورزی در نظر گرفته شده، و این در حالیست که در دیدگاه عمومی، کشاورزی جز فعالیت‌های کم درآمد محسوب شده که می‌بایست این دیدگاه اصلاح گردد.

وارن^۴ (۲۰۰۴) در بیان کارآفرینی کشاورزی، آن را تلاشی برای ایجاد تنوع تولید و رها شدن از وضعیت تولید مواد خام در چرخه عرضه محصولات و حرکت به سمت تولید برای بازارهای خاص، ارائه خدمات به سایر کشاورزان و شاغلین روستایی، استفاده از ظرفیت‌های کشاورزی مزارع و واحدهای دامپروری برای جذب گردشگران و اشتغالزایی معرفی می‌کند. وی از این نقش‌های جدید به‌عنوان کارکردهایی که کشاورزان برای دستیابی به پیشرفت‌های شغلی می‌توانند به آن‌ها روی آورند، نام می‌برد (موحدی و یعقوبی، ۱۳۹۱).

مک‌الیو (۲۰۰۸) در گونه‌شناسی‌اش از کشاورزان کارآفرین، دو نوع مناسب از کشاورزان را تشخیص داد. اول، "کشاورز به‌عنوان کشاورز"، کسی که تمایل به درگیری در فعالیت‌های متنوع سازی محدود دارد و به عوامل فشار وابسته است. گرایش استراتژیک او بر اساس کاهش هزینه- قیمت با آگاهی کم از فرصت‌های بازار و تمایل به فردگرایی است. دوم، "کشاورز به‌عنوان کارآفرین"، کسی که فرصت‌های غیرزراعی و کشاورزی با ارزش را تشخیص می‌دهد و بر اساس منابع زراعی با روش‌های نوآورانه و انعطاف‌پذیر از آن‌ها بهره‌برداری می‌کند (پیکاردو^۵ و همکاران، ۲۰۱۱). با این توصیف، می‌توان گفت که کارآفرینی کشاورزی یعنی فرآیند شناسایی فرصت‌ها، تهدیدها، و نقاط ضعف و قوت محیط‌های فعالیت برای ایجاد تحول و دگرگونی در کشاورزی است. بدین صورت که می‌بایست همه‌جانبه ابعاد کار را تشخیص داده و در نهایت راه کارهای تبدیل کشاورزی به‌عنوان فعالیت اقتصادی بررسی گردد. علی‌رغم وجود نقاط قوت، نقاط ضعف فراوانی وجود داشته که نیازمند تدابیر لازم می‌باشد.

پیشینه‌ی موضوع

دریایی (۱۳۹۱)، طی مقاله‌ای با عنوان توسعه کارآفرینی در ایران؛ چالش‌های فراروی کشاورزی در ایران را به دو دسته عوامل ضدانگیزشی و موانع قانونی تقسیم کرد که از عوامل ضدانگیزشی می‌توان ریسک‌پذیری این فعالیت به علت‌های مختلف اشاره نمود. از بعد محدودیت‌های قانونی و اقتصادی می‌توان به عدم توجه کافی دولت به این بخش، و عدم تلاش به‌قصد ایجاد فرهنگ مناسب نام برد. کیاکجوری و همکاران (۱۳۹۱) در مطالعه‌ای مروری، با ارائه مدلی از موانع و چالش‌های توسعه کارآفرینی روستایی، موانع مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی را در سه گروه موانع فردی (سرمایه فیزیکی، سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی)، موانع سازمانی (دهیاری‌ها، سازمان‌های حمایت‌کننده مالی، آموزشی و کارآفرینی روستایی) و موانع محیطی (محیط اقتصادی، محیط اجتماعی و فرهنگی، محیط اداری و قانونی و محیط جغرافیایی) دسته‌بندی نموده‌اند. در پژوهش کریمی و بوذرجمهری (۱۳۹۳) که به‌صورت توصیفی- پیمایشی و با مطالعه ۱۱۴ نفر از مدیران عامل شرکت‌های تعاونی تولید کشاورزی استان فارس انجام شده است، اعطای تسهیلات مالی با نرخ بهره پایین در بالاترین رتبه‌ی اولویت‌بندی سازوکارهای تأمین مالی در شرکت‌های تعاونی تولید کشاورزی قرار گرفت. همچنین نتایج این پژوهش نشان داد که این سازوکارها از شش عامل تسهیلاتی، پشتیبانی، مشاوره‌ای- آموزشی، ارتباطی- مشارکتی، فنی- تخصصی و قوانین و مقررات تشکیل می‌شود.

^۱Wennekers

^۲Thurik

^۳Agricultural Entrepreneurship

^۴Warren

^۵Pichardo



شود که در مجموع قابلیت تبیین ۶۳/۱۹ درصد از کل واریانس سازوکارهای تأمین مالی کسب و کارهای کوچک و متوسط را داشته‌اند. بررسی مطالعات خارجی نشان داد که در ارتباط کامل با موضوع پژوهش حاضر، تاکنون مطالعه‌ای صورت نگرفته و یا محقق مشاهده ننموده است. نزدیک‌ترین مطالعه از نظر موضوعی به این پژوهش، مطالعه عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در روستاهای هندوستان می‌باشد که توسط تریباواناندا و ناندشوار (۲۰۱۱) انجام شده است. این مطالعه به صورت توصیفی - پیمایشی و با ابزار پرسشنامه صورت گرفته و در نتیجه آن عوامل مثبت مؤثر بر توسعه کارآفرینی در منطقه مورد بررسی شناسایی شده است، در حالی که ما هم عوامل مثبت و هم عوامل منفی مؤثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی را مورد بررسی و شناسایی قرار می‌دهیم. با توجه به مطالعات صورت گرفته در زمینه کشاورزی و چالش‌های آن، کمتر در زمینه کارآفرینی کشاورزی بحث شده است. به عبارتی یا به بررسی موانع پرداخته‌اند و یا عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینان را بررسی نموده‌اند. مطالعاتی هم که در سطح شهرستان‌ها یا استان کرمانشاه صورت گرفته عمدتاً یکی از شاخه‌های کشاورزی را بررسی نموده‌اند و پژوهش قمبرعلی (۱۳۹۳) نیز واکاوی اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی شهرستان کرمانشاه را انجام داده است و به بررسی وضعیت اکوسیستم پرداخته است، در حالی که بر مشکلات کارآفرینی کشاورزی بحثی به میان نیامده که در تحقیق جاری این نقص برطرف شده است.

روش‌شناسی تحقیق

در این پژوهش، تحلیل راهبردی توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه کشاورزی در استان کرمانشاه با استفاده از مدل SWOT-AHP تحلیل شده است. بدین صورت که با چنین تحلیل علمی، نتایج بر پایه علمی محاسبه شده و قابل اطمینان بیشتری می‌باشند. این تحقیق از بعد روش در بخش کیفی، تحلیل محتوا و در بخش کمی، پیمایشی و از لحاظ هدف، کاربردی است به این دلیل که نتایج تحقیق می‌تواند در توسعه هر چه بیشتر کارآفرینی کشاورزی راهگشا باشد و راهبردهای استخراج شده می‌تواند به برنامه ریزان، سیاست‌گذاران و حتی خود کارآفرینان کمک کند. این تحقیق جزء تحقیقات توصیفی - تحلیلی و از بعد روش جزء تحقیقات کیفی - کمی (آمیخته) یا تلفیقی از نوع متوالی اکتشافی است. تحقیق آمیخته عبارت است از بررسی یک پدیده‌ی واحد با روش و ابعاد مختلف. از مزایای تحقیق تلفیقی ارتقاء فرآیند تحقیق و قدرت بخشیدن پایایی، روایی و جامعیت مطالعه و جبران نقاط ضعف یک روش با استفاده از نقاط قوت روش دیگر است (ادیب حاج باقری و همکاران، ۱۳۸۹). در رویکرد کیفی - کمی، از یک سو روش‌های کیفی قادر هستند بینش عمیقی از درک و تجربیات افراد، در رابطه با موضوع تحقیق در اختیار محقق قرار دهند (توماس و همکاران، ۲۰۰۵) و از سوی دیگر، در طول مرحله تجزیه و تحلیل داده‌ها، داده‌های کمی می‌توانند برآورد تعمیم‌پذیری داده‌های کیفی را آسان نمایند. بنابراین با توجه به جدید بودن موضوع مورد مطالعه و کافی نبودن اطلاعات و منابع در این زمینه به منظور درک عمیق و همه‌جانبه موضوع مورد مطالعه، از رویکرد کیفی - کمی در این مطالعه بهره گرفته شد. تحقیق حاضر دارای دو جامعه شامل کارآفرینان کشاورزی جهت انجام مطالعه بخش کیفی و کارشناسان و متخصصین حوزه کارآفرینی و کشاورزی استان کرمانشاه (کارآفرینان کشاورزی، کارشناسان کشاورزی استان و اساتید گروه‌های آموزشی کارآفرینی و کشاورزی دانشگاه رازی) جهت مطالعه بخش کمی است. در این پژوهش به دلیل وجود دو بخش کیفی و کمی با توجه به اهداف تحقیق از تکنیک‌های مناسب برای گردآوری داده‌ها استفاده شده است که در ادامه به ذکر آن‌ها می‌پردازیم. در این پژوهش از دو روش اسنادی و میدانی برای گردآوری داده‌ها استفاده شده است. در بخش میدانی، جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز از طریق مصاحبه‌های عمیق و نیمه ساختارمند و مصاحبه تلفنی و پرسشنامه مقایسات زوجی (AHP) صورت گرفت. در روش اسنادی نیز از کتاب‌ها، مقالات علمی، نشریات، مجلات، پایان‌نامه‌های مقاطع ارشد و دکتری و غیره استفاده شد. اساس روش AHP بر مقایسه‌های زوجی یا دوبه‌دویی آلترناتیوها و معیارهای تصمیم‌گیری است. برای چنین مقایسه‌ای نیاز به جمع‌آوری اطلاعات از تصمیم‌گیرندگان است. این امر به تصمیم‌گیرنده این امکان را می‌دهد که فارغ از هرگونه نفوذ و مزاحمت خارجی تنها روی مقایسه دو معیار یا گزینه تمرکز کند. علاوه بر این

Mixed

مقایسه دوجه دویی، به دلیل این که پاسخ دهنده فقط دو عامل را نسبت به هم می‌سنجد و به عوامل دیگر توجه ندارد، اطلاعات ارزشمندی را برای مسئله مورد بررسی فراهم می‌آورد و فرآیند تصمیم‌گیری را منطقی می‌سازد (معصوم زاده و تراب زاده، ۱۳۸۳). پرسشنامه مقایسات زوجی در این پژوهش، متشکل از مقایسه دوجه دو و زوجی بین عوامل SWOT (نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدها) می‌باشد که در آن عوامل سوالات حاصل از بخش کیفی (مصاحبه‌های انجام شده) به منظور رتبه‌بندی و اولویت‌بندی عوامل سوات و راهبردهای استخراج شده در جهت توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه کشاورزی استان کرمانشاه قرار داده شده است. در اولین مرحله تحلیل بعد از جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از شیوه تحلیل محتوای کیفی، داده‌ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. در این مرحله، تمامی اطلاعات ثبت شده از طریق کدگذاری باز و محوری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. طی این فرآیند، در ابتدا واحدهای تحلیل مشخص شدند که در پژوهش حاضر، کل متن هر مصاحبه به عنوان واحد تحلیل در نظر گرفته شد. سپس واحدهای معنایی که عبارات و جملات در برگیرنده جنبه‌های مختلف مفهوم اصلی مصاحبه‌ها بودند، استخراج شد. پس از آن کدگذاری به دو شیوه باز و محوری انجام شد که طی آن واحدهای معنایی فشرده شده و به کد تبدیل شدند. در سطح کدگذاری باز، تمامی داده‌ها بازنگری و مفاهیم اصلی از آن‌ها استخراج شدند. سپس با استفاده از کدگذاری محوری، کدهای اولیه به طبقاتی کاهش داده شدند. در این مرحله محقق داده‌های کدگذاری شده را با یکدیگر مقایسه نموده و به صورت مقوله‌هایی که با هم تناسب دارند، درآورد. سپس هر طبقه با سایر طبقات مقایسه شد تا اطمینان حاصل شود که طبقات از یکدیگر متمایز هستند. در مرحله بعدی، بر اساس نتایج حاصل شده از تحلیل محتوای داده‌ها، نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه کشاورزی در استان کرمانشاه، استخراج و دسته‌بندی شدند. داده‌های به دست آمده که عوامل سوات نیز نامیده می‌شوند، در مرحله بعد به صورت پرسشنامه مقایسات زوجی درآمد و در اختیار کارشناسان کارآفرینی و کشاورزی در استان کرمانشاه قرار گرفت تا میزان اهمیت هر یک از عوامل توسط آن‌ها مشخص گردد.

یافته‌های پژوهش

ابتدا به تعریف اجزاء تحقیق می‌پردازیم.

ماتریس SWOT

در ادامه با استفاده از تلاقی ماتریس عوامل درونی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و ماتریس عوامل بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها)، ماتریس عوامل درونی و بیرونی (SWOT) رسم گردید (جدول ۱).

Open Coding^۱

Axial Coding^۲

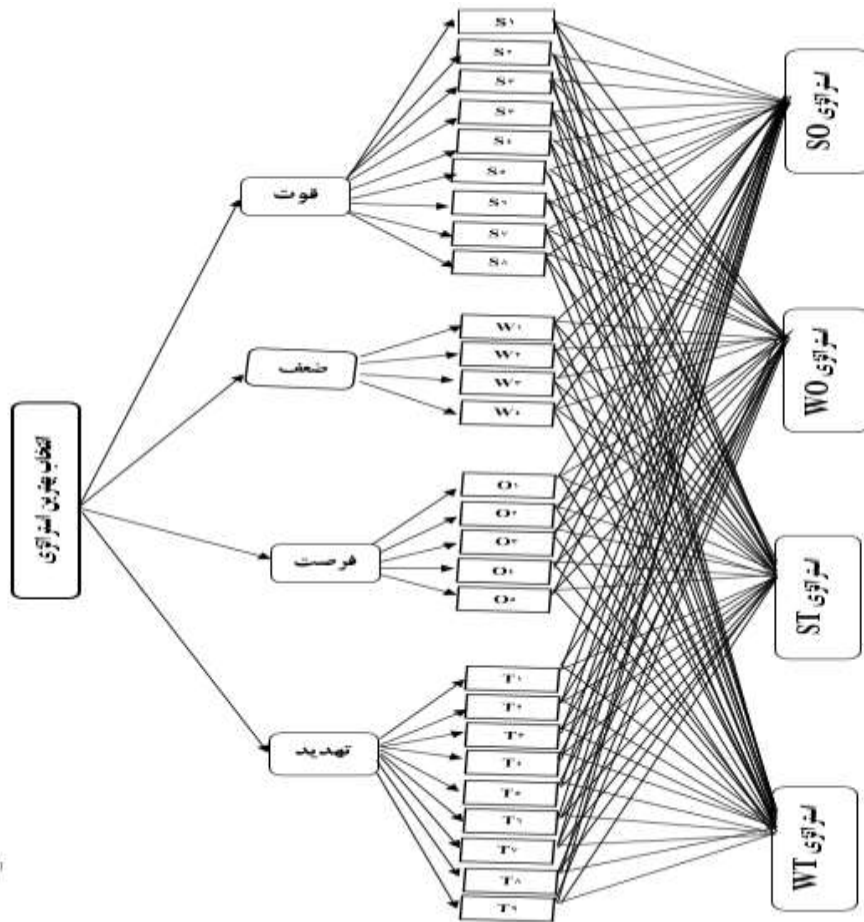
جدول ۱: ماتریس SWOT

عوامل درونی	عوامل بیرونی
<p>قوت‌ها (S)</p> <p>S1: نیروی انسانی ماهر و با انگیزه S2: مدیریت مناسب ارتباط با مشتریان واحدهای کارآفرین S3: پشتیبانی و حمایت خانوادگی از کارآفرینان S4: ویژگی های کارآفرینانه مدیران واحدهای کارآفرین S5: استفاده از روشهای علمی و رعایت اصول کاری در تولید S6: بهره گیری از تجربه سایر کارآفرینان و مشاوره و تعامل با متخصصین و کارشناسان S7: تولیدات بومی و نوآورانه واحدهای کارآفرین S8: شناخت کارآفرینان از رقبا و بازار نهاده‌ها و فروش</p>	<p>فرصت‌ها (O)</p> <p>O1: سازمان‌های حمایت کننده و قوانین حمایتی O2: فرصت‌های منطقه ای و اقلیمی مناسب در استان O3: برگزاری دوره‌های آموزشی O4: مشاهده نمونه‌های مشابه حوزه فعالیت O5: تبادل اطلاعات با افراد ذریبط در حوزه مورد فعالیت در داخل و خارج از کشور</p>
<p>ضعف‌ها (W)</p> <p>W1: مشکلات چرخه تولید، توزیع و فروش W2: ضعف دانش و مهارت W3: ضعف بازاریابی و بازار رسانی W4: نارسایی کارکردی- مدیریتی</p>	<p>تهدیدها (T)</p> <p>T1: ضعف عملکردی سازمان‌ها و نارسایی سیاسی- اقتصادی T2: ضعف تجهیزاتی و رقابت ناسالم T3: ضعف فرهنگی و اجتماعی در راستای حمایت از کارآفرینی زنان T4: نبود حمایت‌های لازم و وجود قوانین ناکارآمد دولت و سازمان T5: مشکلات اقلیمی و جوی T6: ناتوانی علمی- تخصصی کارکنان سازمان‌های ذریبط T7: زیرساخت‌های نامناسب T8: مشکلات علمی و آموزشی T9: نارسایی حمایتی- عملکردی سازمان‌های ذریبط</p>

منبع: یافته‌های تحقیق

بر اساس مدل ساختار فرآیند سلسله مراتبی (شکل ۱). مراحل بکارگیری تحلیل فرآیند سلسله مراتبی (AHP) در تحلیل SWOT به صورت زیر می‌باشد (شامل ۵ گام):

گام اول: ابتدا مسئله را به یک ساختار سلسله مراتبی تبدیل می‌کنیم به نحوی که تو سط AHP قابل اندازه‌گیری باشد... در این نمودار هدف (بهترین استراتژی) در سطح اول، گروه‌های SWOT (قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها) در سطح دوم، فاکتورها در سطح سوم و گزینه‌های استراتژیک هم در سطح چهارم مدل قرار می‌گیرند.



شکل ۱: ساختار مدل AHP برای انتخاب بهترین استراتژی (منبع: یافته‌های تحقیق)

گام دوم: در این مرحله گروه‌های SWOT (نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها) بر اساس درجه اهمیت و تأثیرشان برای رسیدن به هدف وزن دهی می‌شوند (محا سبه W21). نحوه وزن‌دهی به صورت مقایسه زوجی گروه‌ها با یکدیگر و بر اساس جدول ۹ کمیته ساعتی می‌باشد (جدول ۲).

جدول ۲: مقیاس ساعتی

۸-۶-۴-۲	۹	۷	۵	۳	۱
مقادیر بینابین	فوق‌العاده مهم‌تر	خیلی مهم‌تر	مهم‌تر	کمی مهم‌تر	اهمیت یکسان

منبع: ساعتی و تاکیزاوا، ۱۹۸۶: ۲۳۱

تمامی اطلاعات جمع‌آوری شده در این مرحله، از طریق اجماع قضاوت‌های ۱۰ نفر از کارشناسان و کارآفرینان کشاورزی استان کرمانشاه و اساتید گروه کارآفرینی و کشاورزی دانشگاه رازی در قالب پرسشنامه مقایسه زوجی، انجام گرفت. سپس داده‌های حاصل از مقایسات زوجی صورت گرفته جهت انجام مراحل تجزیه و تحلیل و تعیین درجه اهمیت هر گروه وارد نرم افزار Expert Choice (نرم افزار مخصوص تحلیل سلسله مراتبی) گردید.

جدول ۳: ماتریس مقایسه زوجی گروه‌های SWOT

گروه‌های SWOT	نقاط قوت (S)	نقاط ضعف (W)	فرصت‌ها (O)	تهدیدها (T)	اهمیت نسبی (W21)
نقاط قوت (S)	۱	۱/۸۲	۲/۷۹	۱/۶۴	۰/۱۸۶
نقاط ضعف (W)	۰/۵۵	۱	۱/۶۲	۱/۷۰	۰/۱۵۹
فرصت‌ها (O)	۰/۳۶	۰/۶۲	۱	۲/۱۶	۰/۴۱۳
تهدیدها (T)	۰/۶۱	۰/۵۹	۰/۴۶	۱	۰/۲۴۳
CR=۰/۰۶					

منبع: یافته‌های تحقیق

بردار اهمیت گروه‌های SWOT را می‌توان به این صورت خلاصه کرد:

$$W21 = \begin{pmatrix} S = 0.186 \\ W = 0.159 \\ O = 0.413 \\ T = 0.243 \end{pmatrix}$$

گام سوم: در این مرحله مقایسات زوجی بین فاکتورهای هر یک از گروه‌های SWOT برای به دست آوردن اهمیت نسبی هر کدام از فاکتورها در انتخاب و شکل‌دهی به هدف صورت می‌گیرد (محاسبه W32).

جدول ۴: ماتریس مقایسه دوبه‌دویی زیر عوامل SWOT برای عامل نقاط قوت

نقاط قوت	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	اهمیت نسبی
S1	۱	۱/۵	۴/۳۶	۱/۱۳	۱/۵۹	۲/۸۹	۳/۲۶	۴/۶۲	۰/۰۶۹
S2	۰/۶۷	۱	۱/۴۳	۲/۸۱	۱/۲۹	۱/۹	۳/۸۶	۵/۵	۰/۰۶۵
S3	۰/۲۳	۰/۷۰	۱	۱/۰۶	۶/۱۹	۶/۸۳	۶/۵۹	۴/۸۷	۰/۰۳۰
S4	۰/۸۸	۰/۳۶	۰/۹۴	۱	۳/۳۰	۷/۳۴	۶/۹۳	۷/۸۱	۰/۰۳۴
S5	۰/۶۳	۰/۷۸	۰/۱۶	۰/۳۰	۱	۲/۲۹	۱/۱۹	۱/۱۹	۰/۱۲۷
S6	۰/۳۵	۰/۵۳	۰/۱۵	۰/۱۴	۰/۴۴	۱	۱/۰۸	۱/۶۴	۰/۲۲۴
S7	۰/۳۱	۰/۲۶	۰/۱۵	۰/۱۴	۰/۸۴	۰/۹۳	۱	۴/۲۱	۰/۱۷۵
S8	۰/۲۲	۰/۱۸	۰/۲۱	۰/۱۳	۰/۸۴	۰/۶۱	۰/۲۴	۱	۰/۲۷۶
CR= ۰/۰۷									

منبع: یافته‌های تحقیق

^۱ در انجام مقایسات زوجی باید به نسبت سازگاری (CR) که برای سنجش اعتبار مقایسه‌ها کاربرد دارد، توجه کرد. نسبت سازگاری کمتر از ۰/۱ در ماتریس مقایسه‌های زوجی قابل قبول می‌باشد و چنانچه بیشتر از ۰/۱ باشد، باید مقایسه‌ها دوباره صورت گیرد، زیرا ناسازگاری دارد.

جدول ۵: ماتریس مقایسه دوجه‌دویی زیر عوامل SWOT برای عامل نقاط ضعف

نقاط ضعف	W1	W2	W3	W4	اهمیت نسبی
W1	۱	۱/۶۸	۱/۲۱	۲/۰۳	۰/۳۲۶
W2	۰/۶۰	۱	۱/۷۴	۱/۲۹	۰/۲۶۲
W3	۰/۸۳	۰/۵۷	۱	۳/۳۰	۰/۲۷۳
W4	۰/۴۹	۰/۷۸	۰/۳۰	۱	۰/۱۳۹
CR= ۰/۰۸					

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول ۶: ماتریس مقایسه دوجه‌دویی زیر عوامل SWOT برای عامل فرصت‌ها

فرصت‌ها	O1	O2	O3	O4	O5	اهمیت نسبی
O1	۱	۲/۳۹	۱/۶۵	۱/۲۶	۱/۸۸	۰/۲۲۰
O2	۰/۴۲	۱	۲/۰۷	۱/۲۲	۱/۱۰	۰/۲۶۸
O3	۰/۶۱	۰/۴۸	۱	۱/۶۶	۲/۱۴	۰/۱۰۹
O4	۰/۷۹	۰/۸۲	۰/۶۰	۱	۲/۸۹	۰/۱۵۳
O5	۰/۵۳	۰/۹۱	۰/۴۷	۰/۳۵	۱	۰/۲۵۰
CR= ۰/۰۸						

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول ۷: ماتریس مقایسه دوجه‌دویی زیر عوامل SWOT برای عامل تهدیدها

تهدیدها	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	اهمیت نسبی
T1	۱	۱/۱۵	۱/۳۸	۳/۳۶	۱/۱۸	۱/۵۷	۲/۷۸	۱/۰۳	۱/۲۳	۰/۰۷۵
T2	۰/۸۷	۱	۱/۰۱	۳/۳۹	۱/۲۱	۱/۱۲	۲/۳۳	۱/۹۴	۱/۴۶	۰/۰۶۷
T3	۰/۷۲	۰/۹۹	۱	۳/۰۲	۲/۹۰	۴/۳۲	۵/۰۵	۳/۰۹	۳/۳۹	۰/۰۴۲
T4	۰/۳۰	۰/۲۹	۰/۳۳	۱	۴/۴۷	۱/۵۹	۱/۳۱	۱/۰۶	۱/۱۶	۰/۱۹۰
T5	۰/۸۵	۰/۸۳	۰/۳۴	۰/۲۲	۱	۱/۸۱	۲/۸۷	۲/۲۱	۳/۳۵	۰/۰۶۵
T6	۰/۶۴	۰/۸۹	۰/۲۳	۰/۶۳	۰/۵۵	۱	۱/۸۰	۱/۲۱	۱/۹۷	۰/۱۰۵
T7	۰/۳۶	۰/۴۳	۰/۲۰	۰/۷۶	۰/۳۵	۰/۵۶	۱	۱/۵۳	۱/۹۸	۰/۱۶۱
T8	۰/۹۷	۰/۵۲	۰/۳۲	۰/۹۴	۰/۴۵	۰/۸۳	۰/۶۵	۱	۲/۵۳	۰/۱۱۴
T9	۰/۸۱	۰/۶۸	۰/۲۹	۰/۸۶	۰/۳۰	۰/۵۱	۰/۵۱	۰/۴۰	۱	۰/۱۸۱
CR= ۰/۰۴										

منبع: یافته‌های تحقیق

بردار اهمیت عوامل SWOT را می‌توان در زیر مشاهده کرد

$$W_S.Factor = \begin{pmatrix} 0.069 \\ 0.065 \\ 0.030 \\ 0.034 \\ 0.127 \\ 0.224 \\ 0.175 \\ 0.276 \end{pmatrix} \quad W_W.Factor = \begin{pmatrix} 0.326 \\ 0.262 \\ 0.273 \\ 0.139 \end{pmatrix} \quad W_O.Factor = \begin{pmatrix} 0.220 \\ 0.268 \\ 0.109 \\ 0.153 \\ 0.250 \end{pmatrix} \quad W_T.Factor = \begin{pmatrix} 0.075 \\ 0.067 \\ 0.042 \\ 0.190 \\ 0.065 \\ 0.105 \\ 0.161 \\ 0.114 \\ 0.181 \end{pmatrix}$$

جدول ۸: محاسبه اولویت‌های نهایی فاکتورهای SWOT

گروه‌های SWOT	اولویت گروه‌های SWOT	فاکتورهای SWOT	اولویت نسبی فاکتورها	اولویت نهایی فاکتورها
نقاط قوت (S)	0.186	S1	0.069	0.013
		S2	0.065	0.012
		S3	0.030	0.005
		S4	0.034	0.006
		S5	0.127	0.024
		S6	0.224	0.042
		S7	0.175	0.033
		S8	0.276	0.051
نقاط ضعف (W)	0.159	W1	0.326	0.052
		W2	0.262	0.042
		W3	0.273	0.043
		W4	0.139	0.022
فرصت‌ها (O)	0.413	O1	0.220	0.091
		O2	0.268	0.111
		O3	0.109	0.045
		O4	0.153	0.063
		O5	0.250	0.103
تهدیدها (T)	0.243	T1	0.075	0.018
		T2	0.067	0.016
		T3	0.042	0.010
		T4	0.190	0.046
		T5	0.065	0.015
		T6	0.105	0.026
		T7	0.161	0.039
		T8	0.114	0.028
		T9	0.181	0.044

جدول ۹: رتبه‌بندی نهایی فاکتورهای SWOT

رتبه نهایی	فاکتورهای SWOT	گروه‌های SWOT
۵	S1: نیروی انسانی ماهر و با انگیزه	نقاط قوت (S)
۶	S2: مدیریت مناسب ارتباط با مشتریان واحدهای کارآفرین	
۸	S3: پشتیبانی و حمایت خانوادگی از کارآفرینان	
۷	S4: ویژگی های کارآفرینانه مدیران واحدهای کارآفرین	
۴	S5: استفاده واحدهای کارآفرین از روشهای علمی و رعایت اصول کاری در تولید	
۲	S6: بهره گیری از تجربه سایر کارآفرینان و مشاوره و تعامل با متخصصین و کارشناسان	
۳	S7: تولیدات بومی و نوآورانه واحدهای کارآفرین	
۱	S8: شناخت کارآفرینان از رقبای بازار نهاده‌ها و فروش	

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول ۱۰: رتبه‌بندی نهایی فاکتورهای SWOT

رتبه نهایی	فاکتورهای SWOT	گروه‌های SWOT
۱	W1: مشکلات چرخه تولید، توزیع و فروش	نقاط ضعف (W)
۳	W2: ضعف دانش و مهارت	
۲	W3: ضعف بازاریابی و بازار رسانی	
۴	W4: نارسایی کارکردی- مدیریتی	

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول ۱۱: رتبه‌بندی نهایی فاکتورهای SWOT

رتبه نهایی	فاکتورهای SWOT	گروه‌های SWOT
۳	O1: سازمان‌های حمایت کننده و قوانین حمایتی	فرصت‌ها (O)
۱	O2: فرصت‌های منطقه ای و اقلیمی مناسب در استان	
۵	O3: برگزاری دوره‌های آموزشی	
۴	O4: مشاهده نمونه‌های مشابه حوزه فعالیت	
۲	O5: تبادل اطلاعات با افراد ذیربط در حوزه مورد فعالیت در داخل و خارج از کشور	

منبع: یافته‌های تحقیق



جدول ۱۲: رتبه‌بندی نهایی فاکتورهای SWOT

رتبه نهایی	فاکتورهای SWOT	گروه‌های SWOT
۶	T1: ضعف عملکردی سازمان‌ها و نارسایی سیاسی - اقتصادی	تهدیدها (T)
۷	T2: ضعف تجهیزاتی و رقابت ناسالم	
۹	T3: ضعف فرهنگی و اجتماعی در راستای حمایت از کارآفرینی زنان	
۱	T4: نبود حمایت‌های لازم و وجود قوانین ناکارآمد دولت و سازمان‌ها	
۸	T5: مشکلات اقلیمی و جوی	
۵	T6: ناتوانی علمی - تخصصی کارکنان سازمان‌های ذیربط	
۳	T7: زیرساخت‌های نامناسب	
۴	T8: مشکلات علمی و آموزشی	
۲	T9: نارسایی حمایتی - عملکردی سازمان‌های ذیربط	

نتایج به دست آمده از محاسبه اولویت نهایی فاکتورهای SWOT در چارچوب مدل AHP نشان می‌دهد، شناخت رقبا و بازار نهاده‌ها و فروش با وزن نهایی ۰/۰۵۱ به‌عنوان مهم‌ترین نقطه قوت و مشکلات چرخه تولید، توزیع و فروش با وزن نهایی ۰/۰۵۲ مهم‌ترین نقطه ضعف فعالیت‌های کارآفرینانه کشاورزی استان کرمانشاه می‌باشد. درعین حال وجود فرصت‌های منطقه‌ای و اقلیمی مناسب در استان با وزن نهایی ۰/۱۱۱ مهم‌ترین فرصت و نبود حمایت‌های لازم و وجود قوانین ناکارآمد دولت و سازمان‌ها به‌عنوان مهم‌ترین تهدید پیرامون فعالیت‌های کارآفرینانه کشاورزی استان کرمانشاه به شمار می‌آیند.

گام چهارم: بنابراین با تلفیق نتایج حاصل از ماتریس SWOT در مدل AHP و اولویت نهایی نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها، اطلاعات مورد نیاز برای تدوین استراتژی‌ها مشخص شد. در این مرحله با استفاده از ماتریس SWOT و توازن بین عوامل داخلی و خارجی، می‌توان چهار نوع استراتژی ارائه داد:

* استراتژی‌های تهاجمی یا توسعه‌ای (SO)

در استراتژی‌های تهاجمی تمرکز بر نقاط قوت داخلی و فرصت‌های خارجی استوار است.

* استراتژی‌های رقابتی یا تنوع (ST)

در استراتژی‌های رقابتی با استفاده از نقاط قوت داخلی، به دنبال کاهش یا از بین بردن اثرات ناشی از تهدیدات خارجی هستیم.

* استراتژی‌های محافظه‌کارانه یا بازنگری (WO)

در این نوع استراتژی‌ها ضمن تأکید بر نقاط ضعف درونی، سعی بر بهره‌گیری از فرصت‌های بیرونی در جهت رفع نقاط ضعف می‌باشد.

* استراتژی‌های تدافعی (WT)

در استراتژی‌های تدافعی، هدف کم کردن نقاط ضعف داخلی و پرهیز از تهدیدات ناشی از محیط خارجی است.

گام پنجم: در مرحله بعد اولویت استراتژی‌های جایگزین با توجه به هریک از عوامل فرعی SWOT، با استفاده از مقایسات زوجی محاسبه می‌نماییم. در نهایت، اولویت نهایی گزینه‌های استراتژی از طریق ضرب بردار ویژه اولویت نهایی فاکتورهای SWOT در ماتریس درجه اهمیت استراتژی‌های جایگزین برای انتخاب بهترین استراتژی، محاسبه شد.

$$W_{\text{alternative}} = \begin{pmatrix} SO = 0.347 \\ ST = 0.270 \\ WO = 0.206 \\ WT = 0.177 \end{pmatrix}$$



با توجه به وزن‌های به‌دست‌آمده، استراتژی تهاجمی یا توسعه‌ای (SO) با اولویت نهایی ۰/۳۴۷ به‌عنوان بهترین استراتژی برای توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه کشاورزی استان کرمانشاه انتخاب شد. استراتژی محافظه‌کارانه یا بازنگری (ST) نیز با اولویت نهایی ۰/۲۷۰ به‌عنوان استراتژی جایگزین انتخاب گردید.

بحث و نتیجه‌گیری

همان‌گونه که پیشتر ذکر شد، با توجه به ظرفیت بالای کشاورزی در استان و نرخ بالای بیکاری، توجه به کارآفرینی بخش کشاورزی، اهمیت ویژه‌ای دارد. نتایج پژوهش نشان‌دهنده قابلیت بهره‌برداری این ظرفیت می‌باشد. بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از محاسبه اولویت‌های نهایی زیرگروه‌های SWOT در چارچوب مدل AHP، در گروه نقاط قوت، شناخت رقبا و بازار نهاده‌ها و فروش به‌عنوان مهم‌ترین نقطه قوت توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه کشاورزی در استان کرمانشاه انتخاب شد که به علت ارتباط مناسب کارآفرینان با رقبایشان و بهره‌گیری از تجارب و شناخت استراتژی‌های آن‌ها حاصل شده است. مطالعه مناسب بازار و شناخت کافی از رقبا از سوی کارآفرینان علاوه بر امکان بهره‌مندی آن‌ها از تجربه سایرین، پیمودن مسیر فعالیت را برای آنان سهل می‌نماید. از طرفی این عامل باعث می‌شود تا کارآفرینان اطلاعات کافی را از رقبا و مشتریان خود به دست آورند و با استفاده از این اطلاعات، محصولات متناسب با خواست و سلیقه مشتریان و متمایز از رقبا تولید نمایند. آن‌ها از ضعف‌های رقبای خود درس گرفته و با شناخت ضعف آن‌ها در پی راه‌حل مناسب برای مقابله با آن خواهند آمد. در گروه نقاط ضعف، مشکلات چرخه تولید، توزیع و فروش که به دلایل وجود مشکلات مالی، بالا بودن هزینه تولید به علت استفاده از فناوری‌های روز، وجود دلال‌ها و واسطه‌ها و خرید بخش عمده محصول توسط آن‌ها و بعضاً فاصله زیاد محل تولید از بازار فروش به وجود آمده است، از جمله مشکلات کارآفرینان کشاورزی است که بر اساس نتایج این پژوهش مهم‌ترین نقطه ضعف در میان کارآفرینان کشاورزی استان کرمانشاه انتخاب شده است که علت اصلی آن از دید کارآفرینان وجود مشکلات مالی آن‌هاست که سبب بروز این ضعف گشته است که در صورت انجام تدابیر مناسب از سوی مسئولین می‌تواند توسعه سریع‌تر فعالیت‌های کارآفرینانه را در بخش کشاورزی به دنبال داشته باشد. در گروه فرصت‌ها، چنانچه در پژوهش مرادی (۱۳۹۳) نیز آمده است مناسب بودن شرایط اقلیمی منطقه (روستای سفید برگ شهرستان جوانرود) و وجود طبیعت زیبا که خود باعث جذب گردشگر می‌شود از فرصت‌هایی است که می‌توان برای توسعه گردشگری پروژه پرورش ماهی سفید برگ از آن بهره‌مند شد. در مطالعه حاضر، مهم‌ترین فرصت توسعه کارآفرینی کشاورزی در استان کرمانشاه از دید کارآفرینان، فرصت‌های منطقه‌ای و اقلیمی مناسبی است که در منطقه مورد مطالعه وجود دارد که عمدتاً ناشی از ظرفیت‌های بالقوه منطقه مثل شرایط آب و هوایی و اقلیمی مناسب استان کرمانشاه که همواره از آن به‌عنوان استان چهارفصل یاد می‌شود و هم‌مرزی با کشور عراق که زمینه‌های مناسب صادراتی را فراهم می‌کند، این فرصت می‌تواند نقش مهمی در توسعه بخش کشاورزی استان داشته باشد، چرا که با توجه به موارد ذکر شده این استان توان تولید محصولات متنوعی را با توجه به شرایط خاص آب و هوایی‌اش دارا می‌باشد که در صورت این اتفاق یکی از بازارهای هدف مهم محصولات تولیدی‌اش می‌تواند کشور عراق باشد که علاوه بر درآمدهای ارزی برای استان و کشور رونق اقتصادی و رفاه اجتماعی در منطقه را به دنبال خواهد داشت. در گروه تهدیدها نیز مهم‌ترین تهدید پیشروی فعالیت کارآفرینان بخش کشاورزی استان کرمانشاه، نبود حمایت‌های لازم و وجود قوانین ناکارآمد دولت و سازمان‌ها (برای مثال برای گرفتن مجوز فعالیت جهت اخذ یارانه تولید، تولیدکننده باید کارخانه با ۱۲ نفر نیروی کار، سوله و خط تولید فعال داشته باشد یا مرغ تولیدی باید ۱۸۰۰ گرم باشد تا مجوز استاندارد بگیرد و در صورتی که کمتر از ۱۸۰۰ گرم باشد جزو ضایعات است و اگر بیشتر از ۱۸۰۰ گرم باشد غیراستاندارد محسوب می‌شود) عنوان شده است. این عامل نتیجه عدم همکاری سازمان جهاد کشاورزی استان در اعطای زمین به کارآفرینان برای کشت محصولات جدید به‌صورت آزمایشی، وجود برخی قوانین ناکارآمد دولتی مثل اعطای مجوزهای بی‌مورد و بدون نظارت مناسب به متقاضیان برای استفاده از تسهیلات ارائه شده در آن مورد (روند افزایشی اعطای مجوزهای احداث گلخانه بدون نظارت مناسب مسئولین) و عدم پرداخت یارانه به تولیدکنندگان این بخش می‌باشد؛ در حالی که هزینه



ساخت و مواد اولیه به صورت تجاری و آزاد پرداخت می شود ولی فروش محصول به قیمت یارانه ای انجام می گردد. در پژوهش های مرادی (۱۳۹۳)، عدم توجه کافی اداره گرد شگری شهرستان جوانرود به منطقه سفید برگ، بساطی (۱۳۹۲)، عدم حمایت مالی دولتی از کشت ارگانیک و نجفی کاکاوند (۱۳۹۲)، عدم حمایت بخش های دولتی مرتبط به عنوان تهدیدهای مهم توسعه در حوزه گردشگری سایت های پرورش ماهی، کشاورزی ارگانیک و به نژادی مشارکتی غلات دیم شناخته شده است که به نوعی به نبود حمایت های لازم از سوی سازمان های ذی ربط در هر حوزه اشاره دارد. با توجه به اینکه این پژوهش ها نیز در استان کرمانشاه انجام شده است می توان نتیجه گرفت که در بخش های مختلف کشاورزی، حمایت لازم از کارآفرینان و فعالان این بخش ها صورت نمی گیرد. بنابراین توجه مسئولین به نیازهای فعالان و تولیدکنندگان بخش کشاورزی ضروری می نماید تا با حمایت های مالی و غیرمالی سازمان های ذی ربط در راستای حل مشکلات کارآفرینان و تولیدکنندگان حوزه های مختلف کشاورزی موجبات توسعه و رونق بیشتر این حوزه ها و بخش کشاورزی در استان فراهم شود. در نهایت با توجه به وزن های به دست آمده، راهبرد تهاجمی یا توسعه ای با وزن نهایی ۰/۳۴۷ به عنوان استراتژی برتر در توسعه فعالیت های کارآفرینانه کشاورزی استان کرمانشاه تعیین شده است که با در نظر گرفتن نقاط قوت و فرصت برتر انتخاب شده، استراتژی ارائه شده به صورت توسعه بازارهای منطقه ای و بستر سازی برای توسعه شرکت های کارآفرینانه و ارائه محصولات کارآفرینان کشاورزی استان در نمایشگاه های منطقه ای، ملی و بین المللی بیان گردید. به عبارتی همان طور که قبلاً بیان کردیم با توجه به شرایط خاص استان کرمانشاه از نظر هم مرزی با کشور عراق و وجود تنوع آب و هوایی در آن می توان با تنوع محصولات تولیدی و توسعه بازارهای منطقه ای به ویژه در بازارچه های مرزی و ایجاد بازارچه های کارآفرینی مختص محصولات کشاورزی در مناطق مختلف به خصوص مناطق مرزی و برگزاری نمایشگاه های عرضه مستقیم نهاده ها و محصولات کشاورزی درون استانی و برون استانی و حتی بین المللی به رونق و توسعه بیش از پیش بخش کشاورزی کمک نمود.

پیشنهادها

قوانین جاری تا حد زیادی دست و پاگیر بوده و سرعت پیشرفت فعالیت های کشاورزی را کند می نماید. در نتیجه قوانین حوزه کشاورزی می بایست بازبینی شده و تسهیل بخش فعالیت های اقتصادی مرتبط با کشاورزی شود. در پیشنهاد دیگر، نهادینه کردن فرهنگ کارآفرینی و پذیرش کارآفرینان به ویژه کارآفرینان زن توسط جامعه با بهره گیری از برنامه های نهادهای فرهنگی در جامعه به ویژه در مدارس و دانشگاه ها اثر بخش فعالیت اقتصادی می باشد. به قصد معرفی فعالیت های اقتصادی کشاورزی، وجود نمایشگاه ها و بازارچه های مربوطه ضروری می باشد.

با توجه به مشکلات مالی این حوزه، وجود صندوق های حمایتی پیشنهاد شده ضمن آن که با تدابیر مناسب می بایست مانع از حضور افراد سودجو بود. فراهم کردن بسترهای مناسب جهت بازدید و بهره گیری کارآفرینان از مشاهده فعالیت های مشابه کار خود در داخل و یا خارج از کشور برای تجربه اندوزی و آشنایی آن ها با روش های تولید و فناوری های موجود و پی بردن به نقاط ضعف و قوت فعالیت در آن زمینه.

در زمینه تحقیقات آینده در حوزه مربوطه موضوعات ذیل پیشنهاد می گردد:

تحلیل راهبردی توسعه فعالیت های کارآفرینانه کشاورزی زنان استان کرمانشاه.

بررسی موانع و محدودیت های فعالیت کارآفرینان در بخش های مختلف در استان کرمانشاه برای مثال کارآفرینان بخش زراعت، بخش ماشین آلات و ادوات کشاورزی و غیره.

شناسایی فرصت های موجود برای فعالیت کارآفرینان بالقوه بخش کشاورزی استان کرمانشاه.

فهرست منابع

- ادیب حاج باقری، م؛ پرویزی، س؛ صلصالی، م. (۱۳۸۹)، روش‌های تحقیق کیفی، انتشارات بشری، چاپ دوم.
- دریایی، ن. (۱۳۹۱)، توسعه کارآفرینی در ایران (مفاهیم، چالش‌ها و راهکارها)؛ کنفرانس ملی کارآفرینی؛ آبان ۱۳۹۱.
- ربیع منفرد، ه؛ عبداللهی، س؛ حکمت، م؛ عمانی، ا؛ نوراله نوری‌وندی، ا، (۱۳۸۹)، بکارگیری کارآفرینی در بخش کشاورزی با رویکرد به کشورهای درحال توسعه؛ همایش ملی کارآفرینی در ایران ۱۴۰۴، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین.
- رکن‌الدین افتخاری، ع؛ طاهرخانی، م؛ سجاسی قیداری، ح. (۱۳۸۸). تحلیل ابعاد و عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی مناطق روستایی: مطالعه موردی روستاهای شهرستان خدابنده، فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۲، شماره ۳، پاییز ۱۳۸۸، ۷۲-۴۳.
- سعیدی مهرآباد، م؛ مهتدی، م. م. (۱۳۸۷)؛ تأثیر آموزش کارآفرینی بر توسعه رفتارهای کارآفرینانه: مطالعه موردی، آموزش‌های کارآفرینی وزارت کار و امور اجتماعی؛ توسعه کارآفرینی، دوره ۱، شماره ۲، ۵۷-۷۴.
- شریف‌زاده، ا؛ عربیون، ا؛ عبدالله زاده، غ. ح. (۱۳۸۹)، شناسایی و اولویت‌بندی نیازهای حمایتی توسعه کسب و کارهای کشاورزی: مطالعه موردی استان گلستان، فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال ۳، شماره ۱۰، ۹۱-۷۱.
- عبدالله زاده، غ. ح؛ شریف‌زاده، م. ش. (۱۳۹۳)، تلفیق پایداری در فرایند کارآفرینی: تبیین مفهوم، ضرورت و ملزومات کارآفرینی پایدارگرا و کسب و کار سبز، کارآفرینی در کشاورزی، دوره ۱، شماره ۳، ۳۹-۶۳.
- قمبرعلی، ر؛ زراف‌شانی، ک؛ آگهی، ح؛ علی بیگی، ا. ح. (۱۳۹۳)؛ واکاوی اکو سیستم کارآفرینی کشاورزی شهرستان کرمانشاه. پایان نامه دوره دکتری، دانشگاه رازی.
- کریمی برزآباد، ر؛ کریمی برزآباد، ف. (۱۳۹۳)، کارآفرینی در کشاورزی، اولین همایش ملی فرهنگ و توسعه کارآفرینی، دانشگاه پیام نور کهگیلویه و بویر احمد.
- کریمی، آ؛ بوذرجمهری، ش. (۱۳۹۳)؛ تحلیل سازوکارهای تأمین مالی کسب و کارهای کوچک و متوسط؛ توسعه کارآفرینی، دوره ۷، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۳، ۴۶۷-۴۸۶.
- مرادی، ح؛ پاپ‌زن، ع. ح. (۱۳۹۳)، تحلیل راهبردی پروژه پرورش ماهی سفید برگ از نگاه توسعه گردشگری، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه رازی، کرمانشاه.
- معصوم زاده، س. م؛ تراب زاده، ا. (۱۳۸۳)، رتبه بندی تولیدات صنعتی کشور به روش فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP).
- نجفی کاکاوند، ا؛ رستمی، ف و حق پرست، ر. (۱۳۹۲)، تحلیل راهبردی توسعه به‌نژادی مشارکتی غلات دیم در مناطق روستایی استان کرمانشاه با استفاده از تحلیل SWOT، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه رازی، کرمانشاه.
- Kuratko, D., Hodgetts, R. (2001). *Entrepreneurship. A contemporary approach*, New York: Harcourt College Publishers.
- Kuratko, D.F., Hornsby, J.S., & Goldsby, M.G. (2004). *Sustaining corporate entrepreneurship: A*
- Warren, M. (2004). *Farmers online: drivers and impediments in adoption of Internet in UK agricultural business. Journal of small Business and Enterprise Development. 11(3): 371-381.*
- Wennekers S., and Thurik, R., (1999). *Linking Entrepreneurship and Economic Growth. Small Business Economics 13 (3): 27-55.*