

بررسی سیستم حمایتی در بین کارآفرینان کشاورزی شهرستان کرمانشاه

رضوان قنبری موحد^۱، سمیه احمدی^۲

^۱ استادیار، گروه توسعه روستایی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه لرستان، Rghanbari21@gmail.com

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه توسعه روستایی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه لرستان، www.somayeh.ah61@gmail.com

چکیده

علی‌رغم رشد کسب و کارهای کارآفرینی کشاورزی، دسترسی به حمایت‌ها همچنان به‌عنوان مشکل برای کارآفرینان کشاورزی باقی مانده است به طوری که عدم دسترسی به حمایت‌ها از جمله سرمایه مالی به‌عنوان دلیل اصلی برای شکست کسب و کارهای کارآفرینانه ذکر شده است. بنابراین هدف از مطالعه حاضر بررسی وضعیت سیستم حمایتی در بین کارآفرینان کشاورزی بود. این پژوهش از نوع توصیفی-پیمایشی بوده و جامعه آماری آن شامل ۱۱۰ نفر از کارآفرینان کشاورزی بود که با توجه به جدول کرجسی و مورگان، حجم نمونه‌ها ۸۶ نفر تعیین شد و برای دستیابی دقیق به افراد مورد مطالعه، از روش نمونه‌گیری تصادفی استفاده شد. بررسی میزان آگاهی مردان و زنان کارآفرین از انواع امکانات و خدمات حمایتی ارائه شده از سوی سازمان‌های دولتی و غیردولتی مختلف نشان داد که بیشترین آگاهی مردان در مورد پارک‌های علم و فناوری بود. میزان سطح آگاهی آن‌ها در رابطه با حمایت‌های دیگر ضعیف بود به طوری که تنها تعداد اندکی از این حمایت‌ها آگاهی داشتند. همچنین بررسی میزان دسترسی کارآفرینان به خدمات حمایتی ارائه شده از سوی سازمان‌ها نشان داد که بیشترین دسترسی مردان و زنان کارآفرین در رابطه با دوره‌های آموزشی، ارائه زیرساخت‌ها و وام‌ها بود و در مقابل دسترسی آنان به مشاوره‌های فنی و حقوقی، اطلاعات بازار، مشاوره مدیریتی و شبکه‌های ارتباطی غیر رسمی کم بود. به علاوه نتایج حاکی از آن است که در مجموع میزان دسترسی مردان کارآفرین به انواع امکانات و خدمات حمایتی نسبت به زنان بیشتر است.

کلمات کلیدی: کارآفرینی، کارآفرینان کشاورزی، خدمات حمایتی، آگاهی

The Investigation of Supportive System among Agricultural Entrepreneurs of Kermanshah Township

Rezvan Ghanbari Movahed¹, Somayeh Ahmadi²

1. Assistant Prof., Department of Rural Development, Faculty of Agriculture, Lorestan University, Iran
2. MSc. Student, Department of Rural Development, Faculty of Agriculture, Lorestan University, Iran

Abstract

Despite the growth of entrepreneurial businesses in agriculture, access to support remains a problem for agricultural entrepreneurs, as lack of access to support, including financial capital, is mentioned as the main reason for the failure of entrepreneurial businesses. Therefore, the purpose of this study was to examine the status of supportive system among agricultural entrepreneurs. The statistical population of the study consisted of agricultural entrepreneurs in Kermanshah Township (N=110). The research samples were selected using random sampling method (n=86). Investigation the awareness of Entrepreneur's Knowledge about the types of facilities and services provided by various governmental and non-governmental organizations showed that men had the highest level of knowledge about science and technology parks. The level of their knowledge was poor in relation to other support so that only a few were aware of this support. Also, the investigation of entrepreneurs' access to support services provided by organizations showed that entrepreneurs had the most access to training courses, providing infrastructure and loans, and against their access to technical and legal advice, market information, management advice and informal communication networks was low. In addition, the results indicate that male entrepreneurs access to a variety of facilities and services is more than women.

Keywords: Entrepreneurship, Agricultural entrepreneurs, Support services, Knowledge

مقدمه

تعداد بسیار زیادی از سازمان های حمایت کننده کسب و کارهای کارآفرینی در هر کدام از کشورها وجود دارند. متأسفانه، علیرغم از یاد خدمات و عاملان حمایتی، کشورها به طور کلی سطح پایینی از دستیابی و جذب برنامه ها و خدماتشان را توسط جمعیت کارآفرین گزارش می کنند. بعضی از مسائل و چالش های کلیدی مدیریت زیرساخت های حمایتی کارآفرینی توسط گیب (۱۹۹۳) طرح شده است و توسط چندین محقق دیگر نیز در طول زمان مورد تأیید قرار گرفته است. منطقی بودن، ساده و مؤثر کردن، هماهنگی و بهبود کیفیت خدمات این نظام حمایتی یکی از چالش های اصلی دولت ها است. بسیاری از کشورها با این مسأله در گذشته کشمکش داشته اند و احتمالاً در آینده نیز ادامه خواهد داشت. نه تنها کشورها در حال چالش با سوال "زیرساخت های مناسب"، می باشند بلکه با سؤالاتی در مورد این که چطور نیازهای چندگانه کسب و کارهای تازه راه اندازی شده، کسب و کارهای در حال رشد، گروه های هدف مخصوص و غیره به بهترین شکل برآورده گردد، و چطور بهترین آموزش مؤثر، مداخله ها، مشاوره و توصیه ارائه گردد، نیز روبرو می باشند. به همین دلیل، ضروری است به سمت درک عمیق تری از فرآیند کارآفرینی حرکت کنند (Lundstrom & Stevenson, 2001).

علاوه بر فراهم سازی فضای فرهنگی حامی کارآفرینی در جامعه، طراحی و تدوین سازوکارهای حمایت از کارآفرینی و تأمین زیر ساخت های حمایتی مورد نیاز برای فعالیت کارآفرینان از عناصر اصلی برنامه های توسعه کارآفرینی می باشد (Lordkipanidze et al., 2005). هدف دولت تنها افزایش تعداد کسب و کارهای جدید نیست بلکه همینطور ماندگاری و رشد کسب و کارهای موجود نیز است. توانمندی محیط کسب و کارها نیاز به محیط حمایتی دارد که کارآفرینانی را به وجد آورد که بتوانند کار کنند (Nieman et al., 2003). تحلیل خدمات حمایتی گوناگون نشان می دهد که همه خدمات حمایتی مالی نیستند و خدمات هم چون مشاوره، آموزش، اطلاعات عمومی و حرفه ای را هم شامل می گردد (احمدپورداریانی، ۱۳۸۴). در دیدگاه های مختلف از خدمات حمایتی کسب و کارها تعاریف گوناگونی شده است. برخی از متخصصان معتقدند که اهداف برنامه های خدماتی حمایتی آگاهی کارآفرینان از دانش اقتصادی، منابع مالی برای کسب و کارهای کوچک در حال ظهور، افزایش دسترسی کسب و کارهای کوچک به تکنولوژی مدرن، تسریع ساخت محل کار برای کسب و کار و توسعه روش هایی برای ارتباط با کسب و کارها می باشد (Valentinov, 2003). مارکلی و دابسون (۲۰۰۸) معتقدند نظام حمایتی توسعه کسب و کارهای کوچک و کارآفرینی نظامی است که بتواند رهیافت سیستمی مؤثری را اتخاذ کند به طوری که بر ارتباط بین ارائه دهندگان مختلف زیرساخت های حمایتی موجود تأکید کند تا اندازه ای که به کارآفرینان کمک کند که مسیرشان را جهت دریافت خدمات صحیح و در زمان درست پیدا کنند. چنین رهیافت سیستمی همینطور به تشخیص نقص های موجود در زیرساخت ها و رفع مؤثر آن ها کمک می کند و پل ارتباطی را بین کارآفرینان و مالکین کسب و کارها در یک انتها و جوامع حمایت کننده کارآفرینی در طرف دیگر برقرار می کند. این نظام باید بتواند خدمات زیر را به کارآفرینان ارائه دهد:

- **آموزش کارآفرینی:** مؤلفه مهمی برای ایجاد کارآفرینان بیشتر به واسطه الهام بخشیدن به جوانان و بزرگسالان در مرحله نیت است به طوری که توسعه کارآفرینی را به عنوان گزینه ای در نظر بگیرند.
 - **مشاوره فنی و زیرساخت حمایتی:** عامل عمده برای بهبود مهارت کارآفرینان و مالکین کسب و کار است که به آن ها کمک می کند چالش ها را مخاطب قرار دهند و راه هایی را جهت دستیابی به اهداف شخصی و کسب و کارشان پیدا کنند.
 - **شبکه ها:** روشی جهت تشویق یادگیری از همتایان است که می تواند به تشویق کارآفرینان بالقوه کمک کند و از مهارت های کارآفرینان موجود بهره گیرند.
 - **دسترسی به سرمایه:** ارائه منابع برای کمک به کارآفرینان است که کسب و کار رقابتی، مولدتر و قدرتمندتری را بنا کنند.
 - **محیط قانونی:** مؤلفه ای که می تواند راه اندازی و رشد کسب و کار را تسهیل سازد.
- موتز (۲۰۰۵) معتقد است دولت به واسطه ابزاری از قانون و سیاست ها باید بتواند محیط توانمندی را برای کارآفرینان ایجاد کند و فضای مساعد ورود کارآفرینان به واسطه ابزار زیر ایجاد می شود:



- تأمین مالی به واسطه مؤسسات مالی معمول هم چون بانک ها؛
- دسترسی به سرمایه مخاطره آمیز؛
- برنامه های توسعه و آموزش جهت تشویق کارآفرینی؛
- توسعه زیرساخت ها-پیش شرطی برای هر فعالیت اقتصادی در سطح پیشرفته؛
- تنظیم مجدد قوانین با توجه به فعالیت های اقتصادی؛

در گزارش مؤسسه باتل (۲۰۰۶) از ارائه حمایت عمیق و جامع به کارآفرینان نام برده می شود و بیان می کند که جهت به دست آوردن بزرگترین شانس موفقیت، کارآفرینان باید به طیف جامعی از برنامه های حمایتی دسترسی داشته باشند. البته باید توجه داشت که ضروری نیست خدمات به واسطه یک نهاد ارائه شوند، بلکه نیاز است به سهولت در دسترس کارآفرین باشند. در کل تقویت تسهیلات و اعتبارات برای آموزش، ایجاد شبکه ارتباطی غیر رسمی، ایجاد فرصت های کسب و کار بر اساس دانش برای کارآفرینان و تقویت سازمان های غیر دولتی، سیاست ها و اقداماتی هستند که دولت می تواند برای حمایت از کارآفرینی انجام دهد (Moghimi & Poordariani, 2008).

در این میان ارائه حمایت ها به کارآفرینان با مشکلاتی همراه بوده است. نتایج مطالعه نپو (۲۰۰۴) نشان داد که ۴۰ درصد از کارآفرینان از خدمات ارائه شده به واسطه عاملان دولتی آگاه نیستند. آن هایی نیز که شناخته شده اند در کاربردها موفق نیستند. گزارش سازمان دیده بان جهانی کارآفرینی (۲۰۰۳) نیز نشان می دهد که این برنامه ها برای مردم شناخته شده نیستند و دسترسی به آن ها پیچیده است. کارآفرینان گزارش کرده اند که آموزش برای توسعه و بهبود مهارت تنها نظام حمایتی دسترسی پذیر است (Netswera, 2001). میپاه و همکاران (۲۰۱۳) در تحقیق خود گزارش می کنند که ۸۵ درصد از کارآفرینان هیچگونه آموزش را دریافت نکرده اند. شواهدی وجود دارد که این برنامه ها به طور مستقیم به توسعه تمایل کارآفرینانه کمک نمی کنند (Pretorius & Van Vuuren, 2003). امیری و همکاران (۱۳۸۸) گزارش کرده اند که نبود دانش و آگاهی های کافی و دسترسی نداشتن به منابع اطلاعاتی مناسب از محدودیت های کارآفرینان نوظهور برای راه اندازی کسب و کار بوده است. نتایج تحقیق کریمی و بوذرجمهری (۱۳۹۲) نیز، نشان از ضعف خدمات آموزشی و مشاوره ای در شرکت های کارآفرینی دارد که بایستی در برنامه ریزی ها در رابطه با توسعه شرکت های کوچک و متوسط به این نکته مهم توجه ویژه ای مبذول شود.

به علاوه نتایج بررسی برنامه های حمایتی مورد استفاده در افریقای جنوبی در جهت توسعه کارآفرینی نشان داد که تمرکز اصلی این برنامه ها بر سرمایه، رشد، توسعه و رقابت پذیری (از طریق متخصصی) کسب و کارهای کارآفرینانه موجود نسبت به مرحله راه اندازی کسب و کار است. اگرچه بعضی برنامه ها بر راه اندازی کسب و کارها تمرکز دارد، اما آن ها نیز بیشتر مربوط به کسب و کارهای بزرگتر هستند. متأسفانه تمرکز کلی در برنامه های حمایتی بر کسب و کارهای موجود و بزرگتر می باشد و برنامه های خیلی کمی در سطح کارآفرینان کوچک وجود دارد (Pretorius & Van Vuuren, 2003).

با توجه به مشکلات ذکر شده، اخیراً دولت های مختلف روش هایی را به کار برده اند که دسترسی کارآفرینان را به اطلاعات و خدمات حمایتی کسب و کار تسهیل کنند و کیفیت تحویل خدمات را به واسطه عاملان دولت بهبود دهند. کشورهای مختلفی در این زمینه اقداماتی را انجام داده اند. برای مثال، تایوان برای چند سال فعالیت های کشورهای دیگر را بررسی کرد، و بعد از بررسی تجارب در اروپا، سنگاپور، ژاپن، هنگ کنگ، امریکا و چین، استراتژی مراکز رشد را توسعه داد. استرالیا همینطور بهترین اقدامات کشورهای دیگر را در پروژه تحقیقاتی به نام "ملت های کارآفرین" مطالعه کرد. اتحادیه اروپا پس از بررسی خدمات و ساختارهای تحویل حمایت کسب و کارها، کشورها را به پذیرش مدل "مغازه های یک توقف" برای ارائه اطلاعات به کارآفرینان دعوت می کند تا از این طریق دسترسی به اطلاعات و منابع مشاوره را برای آن ها ساده تر کند. بررسی دیگری در رابطه با گزینه های مختلف جهت حمایت کسب و کارهای کوچک در ایرلند به نتیجه مشابهی دست یافت، که دولت باید به سمت مغازه های یک توقف پیش رود و آن ها را با کارشناسان متخصص و ابزارهایی جهت رفع نیازهای ارباب رجوعان پشتیبانی کند. در هلند، جلسات ویژه ای در سال ۱۹۸۸ برگزار شد که نشان داد بیشتر اطلاعات و خدمات مشاوره

ای کسب و کار برای کارآفرینان جدیدی که در مورد از یاد تسهیلات دستپاچه شده اند، خیلی روشن نیست. در همین راستا، دولت هلند اخیرا اقداماتی را در جهت بهبود کیفیت و دسترسی پذیری خدمات عمومی به کسب و کارها را از طریق معرفی بوجه های یک توقف انجام داده است.

۱-۴-۶-۲- زیر ساخت ها

بخش دیگری از حمایت های کسب و کارهای کارآفرینانه، ارائه زیرساخت های مناسب جهت فعالیت های کارآفرینانه می باشد. کریس گیبونز معتقد است که نه تنها حمایت از خود کارآفرینان مهم است بلکه باید فضای اطراف آن ها را نیز در بر می گیرد و اینگونه بیان کند که: ((توسعه جامعه توسعه اقتصادی است و زیر ساخت خوب نقطه شروع است)). بنابراین ارزیابی زیرساخت های جاری در یک منطقه می تواند آشکار کند که آیا روش های آن منطقه می تواند با کارآفرینان همراهی می کند. نیونهوژین و کرون (۲۰۰۳) معتقدند موفقیت یا شکست کارآفرینان به واسطه کیفیت و سطح زیرساخت ها تعیین می شود. این زیر ساخت ها شامل ارائه آب، بهداشت، الکتریسیته، جاده ها، ارتباطات و زمین است. فالکنا و همکاران (۲۰۰۱) زیر ساخت های حمایتی را به دو طبقه تقسیم بندی می کند: زیرساخت های سخت که شامل حمل و نقل، ارتباطات و تسهیلات کسب و کارهای شهری می باشد. دومین، وجود زیرساخت های نرم افزاری در شکل انجمن های کسب و کار مناسب، وجود آمارهای مرتبط و معتبر، و بهره وری جمعی حمایتی می باشد. تحقیقات تجربی که در رابطه با کسب و کارهای کوچک انجام شده است نیاز حتمی را برای هر دو از زیرساخت ها جهت ایجاد محیطی تنومند و دوستانه جهت کسب و کارها نشان می دهد. در حقیقت، وجود زیرساخت های مناسب هزینه های معامله را کاهش می دهد و اعتبار تجارت را بهبود می بخشد و فرصت هایی را برای شبکه کسب و کار ایجاد می کند و اقتصادهایی از تراکم در اطلاعات و مدیریت تبادل را ایجاد می کند. همه این ها جنبه های حیاتی از عملیات کسب و کار هستند (Falkena, 2001). متأسفانه، بیشتر سیاست های زیرساختی شهری بازار مدار هستند و بر این که چطور مشتریان می توانند استطاعت داشته باشند، تأکید دارند. نسبت به این که چه پتانسیل اقتصادی و اجتماعی می تواند از ارائه سطوح معینی از زیرساخت ها به دست آید (Yanta, 2001). در مجموع، شواهد نشان دهنده حرکت نیرومندی به سمت رهیافت های نوآورانه در حمایت از کسب و کارهای کوچک و در حال رشد است.

روش تحقیق

در این بخش جهت دستیابی به اهداف از روش توصیفی-پیمایشی استفاده شد. جامعه آماری در بخش کمی شامل ۱۱۰ نفر از کارآفرینان کشاورزی شهرستان کرمانشاه بودند که از سوی سازمان جهاد کشاورزی معرفی شدند و حداقل به مدت ۲ سال متوالی فعالیت داشتند. حجم نمونه مورد بررسی شامل ۸۶ نفر از کارآفرینان کشاورزی بود که با استفاده از جدول کرجسی و مورگان تعیین شد و جهت نمونه گیری از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده شد. روش جمع آوری داده ها در این بخش روش میدانی بوده و برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. این پرسشنامه از لحاظ محتوا به چهار قسمت تقسیم شد و در واقع چهار هدف را دنبال کرد: قسمت اول به بررسی آگاهی کارآفرینان از انواع حمایت های موجود پرداخت. در قسمت دوم میزان استفاده کارآفرینان از حمایت های انواع سازمان ها مورد بررسی قرار گرفت. بررسی میزان دسترسی کارآفرینان به حمایت های ارائه شده از سوی انواع سازمان ها قسمت سوم را تشکیل داد. در نهایت در قسمت چهارم، رضایت کارآفرینان از حمایت های ارائه شده مورد بررسی قرار گرفت. جهت بررسی آگاهی کارآفرینان از انواع حمایت های موجود از ۱۴ گویه با مقیاس دو گزینه ای استفاده شد. جهت بررسی میزان استفاده کارآفرینان از حمایت ها، میزان دسترسی و رضایت کارآفرینان از حمایت های ارائه شده از ۴۵ گویه در قالب طیف پنج گزینه ای لیکرت استفاده شد. به منظور اطمینان از روایی ظاهری و محتوایی پرسشنامه، از نقطه نظرات و پیشنهادهای اساتید راهنما و مشاور، متخصصین کارآفرینی و دانشجویان دکتری ترویج و توسعه کشاورزی استفاده گردید و پس از اصلاحات لازم اطمینان حاصل شد که سؤالات مطرح شده توانایی و قابلیت

اندازه‌گیری محتوی و خصوصیات مورد نظر در تحقیق را دارا می‌باشد. به منظور سنجش پایایی پرسشنامه‌های تهیه شده، به وسیله یک تحقیق مقدماتی تعداد ۳۰ پرسشنامه در بین کارآفرینان کشاورزی شهرستان‌های دیگر استان کرمانشاه تکمیل گردید و ضریب آلفای محاسبه شده برای پرسشنامه مقدار ۰/۸۷ - ۰/۹۲ به دست آمد. پس از تکمیل پرسشنامه، عملیات کدگذاری، استخراج اطلاعات و انتقال آن‌ها بر روی رایانه صورت پذیرفت. سپس محاسبات آماری (توصیفی) با استفاده از برنامه SPSS انجام شد. به منظور تحلیل توصیفی، از میانگین و انحراف معیار و جهت تحلیل استنباطی از آزمون من وایتنی استفاده شد.

یافته‌ها

بررسی آگاهی کارآفرینان از انواع حمایت‌های موجود

جهت ارزیابی آگاهی کارآفرینان از انواع حمایت‌های موجود، از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. در این پرسشنامه از پاسخ دهندگان خواسته شد که اطلاع و عدم اطلاع خود را از انواع خدمات ارائه شده از سوی سازمان‌های حمایت‌کننده اعلام کنند.

جدول (۱): میزان اطلاع کارآفرینان از انواع حمایت‌های سازمان‌های مختلف

انواع سازمان‌های حمایتی	اطلاع		عدم اطلاع	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد
	مرد	زن	مرد	زن
خانه کارآفرینان ایران	۱۲	۳/۴	۳۸	۹۶/۶
بنیاد توسعه کارآفرینی زنان و جوانان	۰	۰	۰	۰
شرکت‌های دانش بنیان	۱۵	۶/۹	۳۷	۹۳/۱
انجمن زنان کارآفرین	۰	۳/۴	۰	۹۶/۶
اتاق فکر تجارت ایران	۱۰	۰	۴۰	۰
پارک‌های علم و فناوری	۶۱	۴۴/۸	۱۳	۵۵/۲
جشنواره ملی فن آفرینی شیخ بهایی	۱۹	۶/۹	۳۵	۹۳/۱
جشنواره حضرت علی اکبر	۱۵	۰	۳۷	۰
جشنواره ایده‌های برتر	۷	۰	۴۱	۰
جشنواره منطقه ای فن آفرینی زاگرس	۲۲	۱۷/۲	۳۳	۸۲/۸
استارت‌آپ ویکند	۰	۰	۰	۰
فن بازارهای تخصصی	۰	۰	۰	۰
مراکز و خانه‌های کارآفرینی	۱۵	۱۰/۳	۳۷	۸۹/۷
بنیاد ملی نخبگان	۱۷	۳/۴	۳۶	۹۶/۶

بررسی میزان آگاهی مردان کارآفرین از انواع امکانات و خدمات حمایتی ارائه شده از سوی سازمان‌های دولتی و غیردولتی مختلف نشان داد که بیشتران آگاهی مردان در مورد پارک‌های علم و فناوری (۷۱/۴ درصد) بود. میزان سطح آگاهی مردان در رابطه با حمایت‌های دیگر ضعیف بود به طوری که تنها تعداد اندکی از این حمایت‌ها آگاهی داشتند. همچنین یافته‌ها نشان داد مردان کارآفرین در رابطه با بنیاد توسعه کارآفرینی زنان و جوانان، استارت‌آپ ویکند و فن بازارهای تخصصی هیچ گونه اطلاعاتی نداشتند. بررسی میزان آگاهی زنان کارآفرین از انواع امکانات و خدمات حمایتی ارائه شده از سوی سازمان‌ها نشان داد که زنان نیز هم چون مردان، تنها در مورد پارک‌های علم و

فناوری (۴۴/۸ درصد) بیشترین آگاهی را داشتند. زنان کارآفرین در رابطه با بنیاد توسعه کارآفرینی زنان و جوانان، انجمن زنان مدیر کارآفرین، جشنواره ایده های برتر، جشنواره حضرت علی اکبر، اتاق فکر تجارت ایران، استارتاپ ویکند و فن بازارهای تخصصی هیچ گونه اطلاعی نداشتند.

بررسی میزان استفاده کارآفرینان از حمایت های انواع سازمان ها

در این بخش از کارآفرینان خواسته شد اعلام نمایند تا چه اندازه از حمایت سازمان های زیر در راه اندازی و توسعه کسب و کار خود استفاده نموده اند.

جدول (۲): میزان آگاهی کارآفرینان از انواع سازمان های حمایتی

انحراف معیار (SD)	میانگین از ۵ (M)		تعداد (N)		انواع سازمان های حمایتی	
	زن	مرد	زن	مرد		
۰/۸۲	۰/۷۵	۴/۲۴	۴/۱۲	۴۵	۳۹	وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی
۰/۷۰	۰/۶۵	۲/۶۷	۲/۵۳	۴۵	۳۹	معاونت علمی و فناوری نهاد ریاست جمهوری
۰/۶۷	۰/۶۷	۲/۲۳	۲/۴۲	۴۵	۳۹	وزارت علوم تحقیقات و فناوری
۰/۷۳	۰/۶۳	۱/۵۲	۱/۶۵	۴۵	۳۹	وزارت آموزش و پرورش
۰/۸۷	۰/۷۱	۳/۸۵	۳/۸۰	۴۵	۳۹	وزارت جهاد کشاورزی
۰/۷۶	۰/۶۹	۲/۸۵	۲/۶۳	۴۵	۳۹	شهرداری
۰/۸۶	۰/۸۲	۳/۸۰	۳/۷۳	۴۵	۳۹	جهاد دانشگاهی
۰/۷۹	۰/۸۵	۳/۷۲	۳/۶۳	۴۵	۳۹	سازمان های غیردولتی

بررسی میزان استفاده مردان کارآفرین از حمایت سازمان های مختلف نشان داد که بیشترین حمایت را آن ها از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی (با میانگین ۴/۲۴) دریافت کرده اند. پس از آن مردان کارآفرین بیشترین حمایت ها را به ترتیب از وزارت جهاد کشاورزی (با میانگین ۳/۸۵)، جهاد دانشگاهی (با میانگین ۳/۸۰) و سازمان های غیردولتی (۳/۷۲) دریافت نموده اند. در مقابل کمترین حمایت دریافتی مردان کارآفرین از معاونت علمی و فناوری نهاد ریاست جمهوری، شهرداری، وزارت علوم تحقیقات و فناوری و وزارت آموزش و پرورش بوده است.

نتایج بررسی میزان استفاده زنان کارآفرین از حمایت های ارائه شده از سوی سازمان های مختلف نشان داد که زنان کارآفرین نیز بیشترین حمایت را از سوی سازمان وزارت کار و تعاون و رفاه اجتماعی (با میانگین ۴/۱۲) دریافت کرده اند. همچنین یافته ها نشان داد، زنان کارآفرین همانند مردان در رتبه های بعدی بیشترین حمایت ها را از وزارت جهاد کشاورزی (با میانگین ۳/۸۰)، جهاد دانشگاهی (با میانگین ۳/۷۳) و سازمان های غیردولتی (۳/۶۳) دریافت نموده اند.

بررسی میزان دسترسی کارآفرینان به حمایت های ارائه شده از سوی انواع سازمان ها

در این بخش از کارآفرینان خواسته شد اعلام نمایند تا چه اندازه به حمایت های ارائه شده از سوی سازمان های مختلف دولتی و غیردولتی جهت راه اندازی و توسعه کسب و کار خود دسترسی داشته اند.

جدول (۳): میزان دسترسی کارآفرینان به انواع حمایت های ارائه شده

انحراف معیار (SD)		میانگین از ۵ (M)		تعداد (N)		انواع سازمان های حمایتی
مرد	زن	مرد	زن	مرد	زن	
۰/۷۳	۰/۸۵	۴/۱۱	۳/۷۰	۴۵	۳۹	ارائه وام های بانکی
۰/۹۲	۰/۷۹	۴/۰۳	۳/۶۱	۴۵	۳۹	ارائه زیرساخت ها (آب، برق، جاده، زمین)
۰/۸۴	۰/۸۴	۴/۰۷	۳/۴۲	۴۵	۳۹	امنیت جهت تجارت
۰/۸۰	۰/۶۵	۲/۸۰	۲/۸۹	۴۵	۳۹	دسترسی به اینترنت
۰/۹۵	۰/۷۶	۲/۷۲	۲/۵۶	۴۵	۳۹	دسترسی به رسانه ها جهت تبلیغات
۰/۶۷	۰/۸۰	۲/۸۵	۲/۴۲	۴۵	۳۹	برنامه ها و دوره های آموزشی
۰/۷۴	۱/۰۲	۲/۷۸	۲/۳۶	۴۵	۳۹	انجمن ها و تشکل های کارآفرینی
۰/۶۹	۰/۷۳	۲/۴۱	۲/۳۰	۴۵	۳۹	مشاوره جهت تهیه طرح کسب و کار
۰/۸۸	۰/۷۵	۲/۸۹	۲/۲۷	۴۵	۳۹	مشاوره جهت ارزیابی فرصت های تجاری
۱/۰۱	۰/۹۸	۲/۳۶	۲/۱۰	۴۵	۳۹	مشاوره در رابطه بامباحث قانونی
۰/۸۳	۰/۸۴	۲/۲۴	۲/۰۶	۴۵	۳۹	مشاوره در رابطه با مسایل فنی
۰/۶۷	۱/۰۵	۲/۱۲	۱/۹۶	۴۵	۳۹	مشاوره در رابطه با مسایل مدیریتی
۰/۹۹	۰/۵۶	۱/۸۵	۱/۸۳	۴۵	۳۹	ایجاد شبکه ارتباطی غیر رسمی
۰/۷۰	۰/۷۲	۱/۷۰	۱/۷۴	۴۵	۳۹	مشاوره جهت انجام تحقیق بازار
۰/۶۷	۰/۹۲	۱/۷۷	۱/۶۲	۴۵	۳۹	معرفی به سرمایه گذاران
۰/۶۴	۰/۶۹	۱/۵۵	۱/۵۷	۴۵	۳۹	ارائه اطلاعات به روز و به هنگام بازار
۰/۷۶	۰/۷۴	۱/۵۰	۱/۵۳	۴۵	۳۹	نظارت و مشاوره آنلاین

بررسی میزان دسترسی کارآفرینان به انواع امکانات و خدمات حمایتی ارائه شده از سوی سازمان های دولتی در حیطه های مختلف نشان داد که بیشترین میزان دسترسی مردان کارآفرین مربوط به ارائه وام های بانکی (با میانگین ۴/۱۱)، امنیت جهت تجارت (با میانگین ۴/۰۷) و ارائه زیرساخت ها (آب، برق، جاده، زمین) (با میانگین ۴/۰۳) بود. کمترین میزان دسترسی مردان کارآفرین در مورد نظارت و مشاوره آنلاین (با میانگین ۱/۵۳)، ارائه اطلاعات به روز و به هنگام بازار (با میانگین ۱/۵۷) و معرفی به سرمایه گذاران (با میانگین ۱/۶۲) بود. نتایج رضایتمندی زنان کارآفرینان از وضعیت، انواع امکانات و خدمات حمایتی ارائه شده از سوی سازمان های دولتی در حیطه های مختلف نشان داد که میزان دسترسی زنان کارآفرین در رابطه با ارائه وام های بانکی (با میانگین ۳/۷۰)، ارائه زیرساخت ها (آب، برق، جاده، زمین) (با میانگین ۳/۶۱) و امنیت جهت تجارت (با میانگین ۳/۴۲) نسبت به سایر خدمات و حمایت ها بیشتر بود. کمترین میزان سطح دسترسی زنان کارآفرین در مورد نظارت و مشاوره آنلاین (با میانگین ۱/۶۲)، ارائه اطلاعات به روز و به هنگام بازار (با میانگین ۱/۵۷) و معرفی به سرمایه گذاران (با میانگین ۱/۵۳) بود.

بررسی رضایت کارآفرینان از انواع حمایت های ارائه شده

ارزیابی کیفیت خدمات با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته انجام شد و از پاسخ دهندگان خواسته شد که میزان رضایت خود را بر اساس طیف پنج ارزشی لیکرت ۱ (کاملاً موافقم) تا ۵ (کاملاً مخالفم) درجه بندی و اعلام کنند.

جدول (۴): میزان رضایتمندی کارآفرینان از حمایت و خدمات به تفکیک نوع خدمات

انواع سازمان های حمایتی	تعداد (N)		میانگین از ۵ (M)		انحراف معیار (SD)	
	مرد	زن	مرد	زن	مرد	زن
ارائه وام های بانکی	۴۵	۳۹	۲/۵۷	۲/۵۲	۰/۸۱	۰/۶۶
ارائه زیرساخت ها (آب، برق، جاده، زمین)	۴۵	۳۹	۲/۲۳	۲/۳۰	۰/۵۹	۰/۷۸
امنیت جهت تجارت	۴۵	۳۹	۳/۳۴	۳/۲۵	۰/۷۵	۰/۸۳
دسترسی به اینترنت	۴۵	۳۹	۲/۳۸	۲/۴۰	۰/۷۳	۰/۸۱
دسترسی به رسانه ها جهت تبلیغات	۴۵	۳۹	۲/۵۴	۲/۴۳	۰/۸۳	۰/۶۹
برنامه ها و دوره های آموزشی	۴۵	۳۹	۲/۲۴	۲/۴۵	۰/۶۶	۱/۱۰
انجمن ها و تشکل های کارآفرینی	۴۵	۳۹	۲/۵۵	۲/۱۲	۰/۸۰	۰/۷۰
مشاوره جهت تهیه طرح کسب و کار	۴۵	۳۹	۲/۳۳	۲/۳۱	۰/۹۷	۰/۹۵
مشاوره جهت ارزیابی فرصت های تجاری	۴۵	۳۹	۲/۴۰	۲/۳۸	۰/۹۲	۰/۸۳
مشاوره در رابطه بامباحث قانونی	۴۵	۳۹	۲/۰۶	۲/۲۷	۰/۷۴	۰/۷۴
مشاوره در رابطه با مسایل فنی	۴۵	۳۹	۲/۲۰	۲/۱۴	۰/۸۷	۰/۹۳
مشاوره در رابطه با مسایل مدیریتی	۴۵	۳۹	۲/۳۷	۱/۰۵	۰/۹۳	۰/۷۲
ایجاد شبکه ارتباطی غیر رسمی	۴۵	۳۹	۱/۳۵	۱/۴۷	۰/۶۶	۰/۶۷
مشاوره جهت انجام تحقیق بازار	۴۵	۳۹	۱/۱۱	۱/۱۷	۰/۷۰	۰/۵۵
معرفی به سرمایه گذاران	۴۵	۳۹	۱/۰۳	۱/۰۱	۰/۹۸	۰/۸۴
ارائه اطلاعات به روز و به هنگام بازار	۴۵	۳۹	۱/۱۵	۱/۰۳	۰/۷۹	۰/۶۷
نظارت و مشاوره آنلاین	۴۵	۳۹	۱/۱۷	۱/۲۰	۰/۸۴	۰/۷۲

بررسی میزان رضایتمندی کارآفرینان از وضعیت، انواع امکانات و خدمات حمایتی ارائه شده از سوی سازمان های دولتی در حیطه های مختلف نشان داد که در مجموع میزان رضایت مندی مردان و زنان کارآفرین در بیشتر موارد ضعیف می باشد. بیشترین میزان رضایت مندی مردان کارآفرین از امنیت جهت تجارت (با میانگین ۳/۳۴)، ارائه وام های بانکی (با میانگین ۲/۵۷) و انجمن ها و تشکل های کارآفرینی (با میانگین ۲/۵۵) بود. کمترین میزان سطح رضایت مردان کارآفرین در مورد معرفی به سرمایه گذاران (با میانگین ۱/۰۳)، ارائه اطلاعات به روز و به هنگام بازار (با میانگین ۱/۱۵) و ارائه مشاوره جهت انجام تحقیق بازار (با میانگین ۱/۱۱) بود.

نتایج رضایتمندی زنان کارآفرینان از وضعیت، انواع امکانات و خدمات حمایتی ارائه شده از سوی سازمان های دولتی در حیطه های مختلف نشان داد که میزان رضایت زنان کارآفرین در رابطه با امنیت جهت تجارت (با میانگین ۳/۲۵)، ارائه وام های بانکی (با میانگین ۲/۵۲) و برنامه ها و دوره های آموزشی (با میانگین ۲/۴۵) نسبت به سایر خدمات و حمایت ها بیشتر بود. کمترین میزان سطح رضایت زنان کارآفرین در مورد معرفی به سرمایه گذاران (با میانگین ۱/۰۱)، ارائه اطلاعات به روز و به هنگام بازار (با میانگین ۱/۰۳) و ارائه مشاوره در رابطه با مسایل مدیریتی (با میانگین ۱/۰۵) بود.

بررسی تفاوت رضایتمندی کلی کارآفرینان از انواع حمایت ها به تفکیک جنسیت

در مرحله بعد به منظور بررسی اختلاف میزان رضایتمندی کلی کارآفرینان زن و مرد، از آزمون من وایت نی استفاده شد. نتایج حاصل در جدول (۵) آمده است.

جدول (۵): مقایسه میزان رضایتمندی کلی کارآفرینان به تفکیک جنسیت

Sig	Z	U	میانگین رتبه ای	تعداد	طبقات	متغیر مستقل	متغیر وابسته
۰/۳۶۳	-۰/۹۹۹	۴۴۱	۳۴/۴۰	۴۵	مرد	جنسیت	رضایتمندی
			۳۰/۲۱	۳۹	زن		

بر اساس جدول فوق بین رضایتمندی کارآفرینان بر اساس جنسیت، اختلاف معناداری در سطح ۱ درصد وجود ندارد. به عبارت دیگر، با ۹۹ درصد اطمینان می توان گفت که بین رضایتمندی پاسخگویان بر اساس جنسیت اختلاف معناداری وجود ندارد. به طوری که مردان و زنان کارآفرین از میزان رضایتمندی یکسانی در ارتباط با انواع حمایت ها برخوردارند.

نتیجه گیری

بررسی میزان آگاهی مردان و زنان کارآفرین از انواع امکانات و خدمات حمایتی ارائه شده از سوی سازمان های دولتی و غیردولتی مختلف نشان داد که بیشترین آگاهی مردان در مورد پارک های علم و فناوری بود. میزان سطح آگاهی آن ها در رابطه با حمایت های دیگر ضعیف بود به طوری که تنها تعداد اندکی از این حمایت ها آگاهی داشتند. همچنین بررسی میزان دسترسی کارآفرینان به خدمات حمایتی ارائه شده از سوی سازمان ها نشان داد که بیشترین دسترسی مردان و زنان کارآفرین در رابطه با دوره های آموزشی، ارائه زیرساخت ها و وام ها بود و در مقابل دسترسی آنان به مشاوره های فنی و حقوقی، اطلاعات بازار، مشاوره مدیریتی و شبکه های ارتباطی غیر رسمی کم بود. به علاوه نتایج حاکی از آن است که در مجموع میزان دسترسی مردان کارآفرین به انواع امکانات و خدمات حمایتی نسبت به زنان بیشتر است. شاید یکی از مهمترین دلایل دسترسی کمتر زنان به امکانات و خدمات حمایتی، فقدان اطلاعات آن ها باشد. داشتن اطلاعات (سرمایه اطلاعاتی) اشخاص را قادر به دستیابی به خدمات و فرصت ها می کند. زنان روستایی به لحاظ دسترسی به اطلاعات، با محدودیت هایی روبرو هستند. آن ها به دلیل مشغله کاری فراوان در خانه و مزرعه، کمتر فرصت کسب اطلاعات از رسانه هایی مانند تلویزیون و رادیو را دارند. بسیاری از زنان روستایی درباره ساز و کار آموزشی وزارت جهاد کشاورزی برای پرورش محصولی خاص یا نحوه اخذ تسهیلات از سازمان های مربوط اطلاعات ندارند یا بسیار دیر از پرداخت تسهیلات در سازمان خاصی (برای مثال، پرداخت وام برای یک نوع از مشاغل خانگی) مطلع می شوند. به عنوان مثال برخی زنان روستایی، مشتاق به یادگیری نحوه پرورش قارچ هستند، اما درباره ساز و کار وزارت جهاد کشاورزی برای آموزش و مشاوره به روستاییان آگاه نیستند. آن ها به دلیل محدود بودن ارتباطات، بسیار دیر از برخی فرصت ها مطلع می شوند. در همین رابطه، نتایج مطالعه یعقوبی و همکاران (۱۳۹۲) نشان داد با وجود اینکه بیش تر زنان کارآفرین روستایی، در حد خیلی زیاد علاقه مند به کسب دانش و اطلاعات بیشتری در زمینه کسب و کار خود هستند، اما حدود ۶۱ درصد آن ها از زمان شروع کسب و کار خود آموزش های فنی و حرفه ای را دریافت نکرده اند. همچنین دسترسی اغلب زنان روستایی به دوره های آموزشی مرتبط با کسب و کارشان در حد متوسط به پایین است.

بررسی میزان استفاده مردان و زنان کارآفرین از حمایت سازمان های مختلف نشان داد که بیشترین حمایت را آن ها از وزارت کار و تعاون و رفاه اجتماعی دریافت کرده اند. پس از آن کارآفرینان بیشترین حمایت ها را به ترتیب از وزارت جهاد کشاورزی، جهاد دانشگاهی و سازمان های غیردولتی دریافت نموده اند. بررسی میزان دسترسی کارآفرینان به انواع خدمات و حمایت های ارائه شده از سوی سازمان های مختلف نشان داد که در مجموع میزان دسترسی کارآفرینان به انواع خدمات و حمایت ها ضعیف بود. بیشترین میزان دسترسی مردان و زنان کارآفرین به ارائه وام های بانکی و امنیت جهت تجارت بود. کمترین میزان سطح دسترسی کارآفرینان به نظارت و مشاوره آنلاین، معرفی به سرمایه گذاران و ارائه اطلاعات به روز و به هنگام بازار بود.

بررسی میزان رضایتمندی کارآفرینان از وضعیت انواع امکانات و خدمات حمایتی ارائه شده از سوی سازمان های دولتی در حیطه های مختلف نشان داد که میزان رضایت کارآفرینان از انواع خدمات ضعیف بود. بیشترین میزان رضایت مندی مردان و زنان کارآفرین از امنیت جهت تجارت و ارائه وام های بانکی بود. کمترین میزان سطح رضایت کارآفرینان در رابطه با معرفی به سرمایه گذاران و ارائه اطلاعات به روز و به هنگام بازار بود. همچنین نتایج نشان داد که بین رضایتمندی پاسخگویان بر اساس جنسیت اختلاف معناداری وجود ندارد. به طوری که مردان و زنان کارآفرین از میزان رضایتمندی یکسانی در ارتباط با انواع حمایت ها برخوردارند.

همانطور که نتایج نشان می دهد کارآفرینان در ارتباط با سرمایه گذاران و ایجاد شبکه های ارتباطی غیر رسمی دچار محدودیت می باشند در حالی که ایجاد شبکه ارتباطی غیر رسمی بین کارآفرینان، سرمایه گذاران و مشتریان از خدمات حمایتی مهمی می باشد که می تواند به کارآفرینان کمک بسیاری نماید. یکی از مهم ترین چیزهایی که به ظهور کارآفرینان کمک می کند ایجاد شبکه و ملاقات صاحبان دیگر کسب و کارها در ناحیه آن ها، مأموران دولتی و دیگر حامیان کسب و کارهای کوچک می باشد. هر دو مدیران کسب و کارهای در حال رشد و جدید می توانند در عقاید و استراتژی های جهت حمایت کسب و کارهای ناحیه کمک کنند. زیرا بسیاری از کارآفرینان تنها کار می کنند و فرصت دسترسی و صحبت با شبکه بزرگتر را ندارند که می تواند مفید باشد. در همین رابطه بعضی کشورها برنامه های مشاوره ای را توسعه داده اند، مکانی که کارآفرینان تازه ظهور یافته با انواع موفق روبرو می شوند. زیرا این عقیده وجود دارد که کارآفرینان بیشتر از آنچه که در کتابها، کلاس ها یا از متخصصان توسعه اقتصادی بیاموزند از همتایان یا تجربه های خودشان یاد می گیرند. بنابراین مکان های رسمی و غیررسمی می تواند برای ارتباط کارآفرینان استفاده شود. کتابخانه، کافی شاپ ها، رستوران ها و کتابفروشی ها مکان های مناسب و کم هزینه ای می باشند. این مکان ها فرصتی را به کارآفرینان می دهد که در مورد کسب و کارشان با مردمی که همفکر هستند، بحث کنند. این مکان ها فرصتی را برای نوآوری، بحث محرمانه و حمایت ارائه می دهند.

در مجموع نتایج نشان می دهد که کارآفرینان کشاورزی از لحاظ بعد حمایتی از وضعیت مطلوبی برخوردار نیستند. در همین رابطه ریدون (۲۰۱۰) نیز در تحقیق خود گزارش می کند که بیشتر کارآفرینان در مورد چگونگی اداره کردن کسب و کار، دانش کافی ندارند. کارآفرینان با بودجه بندی آشنا نیستند، سوابق و اسناد مالی مناسبی ندارند و انتظارات غیر واقعی از درآمدهای دریافتی از فروش دارند. بسیاری از کارآفرینان با نوشتن طرح کسب و کار مشکل دارند و اطلاع ندارند چگونه برای درخواست وام تقاضا دهند. بنابراین برای آن که فعالیت کارآفرینان و طرح های آنان به مرحله اجرایی برسد و ماندگار شود باید در ابتدای راه از آموزش و مشاوره مربیان با تجربه برخوردار شوند. کارآفرینان جهت موفقیت نیازمند آموزش و مشاوره در حوزه هایی هم چون تدوین طرح کسب و کار، تحقیق بازار، تشخیص فرصت های بازار، بازاریابی و تبلیغات، برنامه ریزی مالی، فرصت های شبکه ای و مدیریت ریسک می باشند.

پیشنهادها

با توجه به فقدان دانش و آگاهی کافی و دسترسی ضعیف کارآفرینان به انواع امکانات و خدمات حمایتی ارائه شده از سوی سازمان های دولتی و غیردولتی، توصیه های زیر ارائه می گردد:

- توسعه بانک های اطلاعاتی و شرکت های خدمات مشاوره ای راه اندازی کسب و کار؛ وجود چنین شرکت هایی که در زمینه های مورد نیاز مشاوره تخصصی ارائه دهند می تواند موجب تسریع فرایند راه اندازی شود و از تکرار اشتباهات رایج در این فرایند جلوگیری کند.
- تنظیم دفترچه راهنما به عنوان ابزار معرفی و اطلاع رسانی اصول، قوانین، اخبار و اطلاعات مرتبط برای کارآفرینان و تهیه مستندات مشخص و به هنگام از سوی تمامی سیستم های دست اندرکار کارآفرینی در بخش های مختلف کشاورزی؛ به طوری که توسط متولی مشخص در قالب دفترچه های راهنما منسجم گردند و به منظور اطلاع رسانی در بین کارآفرینان توزیع گردد.

- ایجاد مراکز ارائه خدمات تک ایستگاهی برای انجام رویه های قانونی و اداری مربوط به همه مراحل راه اندازی کسب و کار؛ مرکز خدمات تک ایستگاهی، شرکت یا محلی است که خدمات متعددی را به یک مشتری ارائه می دهد. با دایر شدن چنین مراکزی برای متقاضیان راه اندازی کسب و کار، می توان امور ثبت شرکت، درخواست مجوزها و تسهیلات را از طریق این مراکز انجام داد و کافی است فرد متقاضی فقط به یک محل مراجعه کند.
- تشکیل انجمن ها، شبکه ها و دفاتری برای ایجاد ارتباط بین کارآفرینان، سرمایه گذاران و مأموران دولتی؛ این تشکل ها می توانند به صورت تخصصی ایجاد شده و در حوزه های مختلف کشاورزی فعالیت داشته باشند؛
- اعطای جایزه های سالیانه به سازمان های حامی کارآفرینان (اشخاص حقوقی و حقیقی)؛ این جایزه ها می تواند به عنوان مشوق و انگیزه سازمان ها در جهت ارائه خدمات مناسب و به هنگام به کارآفرینان کمک نماید.
- اطلاع رسانی بیشتر درباره پایگاه های مرتبط با امور زنان بازرگان و کارآفرین، برای افزایش آگاهی زنان کارآفرین نوپا و افرادی که در مرحله راه اندازی کسب و کار هستند؛ به طوری که از وجود چنین پایگاه هایی برای ایجاد رابطه با دیگر کارآفرینان مطلع شوند.

منابع

- احمد پورداریانی، محمود (۱۳۸۴). کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها شرکت. پردیس ۵۷، چاپ اول، تهران، ص ۱۵۶.
- امیری، مجتبی و همکاران، (۱۳۸۸)، محدودیت های راه اندازی کسب و کارهای نوظهور، فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره سوم، صص ۱۰۲-۸۱.
- کریمی، آصف، بوذرجمهری، شهریار، (۱۳۹۲)، تحلیل موانع تامین مالی برای شرکت های کوچک و متوسط، توسعه کارآفرینی، دوره ششم، شمار اول، صص ۱۴۴-۱۲۵.
- یعقوبی، احمد، سلیمانی، عطیه، موحدی، رضا، اسکندری، فرزاد، (۱۳۹۲)، تأثیر عوامل آموزشی و نهادی بر کارآفرینی زنان روستایی (مورد مطالعه: استان همدان)، توسعه کارآفرینی، دوره ششم، شمار دوم، صص ۱۳۴-۱۱۵.
- Battelle Memorial Institute, (2006). Growing Iowa's Entrepreneurial Economy: Strengthening the Entrepreneurial Support Infrastructure, Battelle's Technology Partnership Practice.
- Falkena, H., Abedian, I., Blottnitz, M., Coovadia, C., Davel, G. (2001). Smes' access to finance in south africa, The Task Group of the Policy Board for Financial Services and Regulation.
- GEM. (2003). GEM Global Report, Babson College: Babson Park.
- Lordkipanidze, M., Brezet, H., and Backman, M. (2005). The Entrepreneurship Factor in Sustainable Tourism Development. Journal of Cleaner Production, 13, 787-798.
- Lundstrom, A. and Stevenson, L. (2005) Entrepreneurship Policy: Theory and Practice. New York: Springer-Verlag.
- Markley, D., Dabson, B. (2008). Creating a System of Support for Entrepreneurs and Small Businesses in Kentucky: Insights and Policy Recommendations, RUPRI Center for Rural Entrepreneurship, Mountain Association for Community Economic Development.
- Moghimi, M., Poordariani, M. (2008). Entrepreneurship principles. Tehran: Tehran University Press, Entrepreneurship Center.
- Msipah, N., Chavunduka, D.M., Jengeta, M., Mufudza, T., and Nhemachena, B. (2013). Entrepreneurial training needs analysis in small scale artisanal engineering businesses in Zimbabwe: a case study of Mashonaland West Province, Journal of Sustainable Development in Africa, 15(2), 81-98.
- Mutezo, A.T. (2005). Obstacles in the access to SMME finance: an empirical perspective on Tshwane. Master thesis, university of South Africa, Pretoria, South Africa.

- Netswera, F.G. (2001). Perceptions of Johannesburg small business operators about their small business support system. *South African Journal of Business Management*, 32(4), 31-37.
- Nieman, G., Hough, J., and Nieuwenhuizen, C. (2003). *Entrepreneurship: A south African perspective*. Pretoria: Van Schaik Publishers.
- Pretorius, M., and Van Vuuren, J. (2003). Contribution of support and incentive programs to entrepreneurial orientation and start-up culture in South Africa, *South African Journal of Economics and Management Science*, 6(3), 514-528.
- Reardon, S. (2010) *Six Disciplines; Strategy Execution coaching*, retrieved 14 Jan 2012 from http://www.six-disciplines.com//_blog//the_six_disciplines_blog//post//Top_14_Reasons_For_Business_Failure.
- Valentinov, V. (2007). Why are cooperatives important in agriculture? An organizational economics perspective. *J. Inst. Econ.*, 3(1), 55-69.
- Yanta, T. (2001). Local government supporting or stunting SMME growth? University of Natal. Centre for Applied and Social Sciences. *Indicator South Africa: a barometer of social trend*, 18(2), 44-48.

