



دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی اراک

نشریه کارآفرینی در کشاورزی

جلد سوم، شماره دوم، تابستان ۱۳۹۵

<http://jead.gau.ac.ir>

بررسی تجارب موفق و ناموفق دانشجویان کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا در مورد کارآفرینی

*مرجان سپه‌پناه^۱، رضا موحدی^۲ و حشمت‌الله سعدی^۳

^۱دانشجوی دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا،

^۲دانشیار و مدیر گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا،

^۳دانشیار و رئیس، دانشکده کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۱/۱۷؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۴/۲۲

چکیده

هدف از این پژوهش، بررسی تجارب موفق و ناموفق دانشجویان کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا در مورد کارآفرینی بود. مطالعه حاضر از نوع تحقیقات کیفی بوده که با روش مصاحبه‌های عمیق انجام گرفته است. جامعه مورد بررسی، شامل دانشجویان کشاورزی دانشکده بوعلی سینا بود که در زمینه کسب و کارهای کشاورزی مشغول به فعالیت بودند. لذا برای انتخاب نمونه‌های مورد بررسی، از نمونه‌گیری مبتنی بر هدف استفاده گردید. اطلاعات براساس مصاحبه‌های عمیق و به‌صورت انفرادی از دانشجویان کارآفرین جمع‌آوری شد. داده‌های گردآوری شده شامل اطلاعاتی از دانشجویان کشاورزی بود که دارای تجربه کارآفرینی بودند. داده‌های به‌دست آمده پس از مصاحبه با ۱۰ نفر، به کفایت و اشباع نظری رسید. یافته‌های استخراج شده با استفاده از روش تحلیل محتوا در نهایت در قالب ۱۱ مفهوم گروه‌بندی شد. نتایج حاصل از مصاحبه با افراد مورد مطالعه نشان داد که عواملی همچون ریسک‌پذیری بالا، حمایت خانواده و نزدیکان در تمام مراحل کار، اعتماد به نفس بالا، داشتن سماجت و پشتکار، همت و تلاش فراوان، علل موفقیت و مواردی چون عدم حمایت‌های سازمانی، مشکل

*مسئول مکاتبه: sepahpanah1981@gmail.com

شناسایی بازار فروش، مشکل در فرهنگ مصرف‌کنندگان، فقدان تجربه، فقدان اطلاعات تخصصی - مهارتی و عدم اعتماد به تولیدکنندگان؛ به‌عنوان علل عدم موفقیت افراد تحت بررسی شناخته شد.

واژه‌های کلیدی: کسب و کار کشاورزی، ادراکات و تجربیات کارآفرینی، پدیدارشناسی، دانشجویان کشاورزی

مقدمه

افزایش سریع جمعیت و همچنین افزایش نیازهای انسانی، باعث متفاوت شدن سلیقه‌ها و نیازها در جوامع بشری شده که این خود احساس نیاز به منابع مالی و اقتصادی را بیشتر کرده است. افزون بر این، نیاز به اشتغال از جنبه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، سلامت جسم و روان به‌عنوان یکی از مهمترین نیازهای انسان امری اثبات شده است. اما چگونگی انتخاب شغل و راه‌اندازی کسب و کار بستگی به نیاز و توانمندی افراد روندی بسیار متفاوت داشته و این امر به ویژه در افراد کارآفرین نیازمند توجه بیشتری است (رستمی و همکاران، ۱۳۹۰).

اساساً کارآفرینی عامل کلیدی برای رشد اقتصادی و تحول اجتماعی در جوامع به‌حساب می‌آید (Xavier et al., 2012). از این رو تأکید زیادی بر سیاست‌گذاری و ارتقای آگاهی و دانش جوامع به منظور پیشرفت در فعالیتهای کارآفرینی شده است (Stamboulis and Barlas, 2014). در طی سال‌های اخیر، آموزش عالی در بسیاری از کشورهای جهان به‌خصوص ایران در ابعاد مختلف و به لحاظ کمی پیشرفت زیادی داشته، اما متأسفانه برنامه و تمهیدات قابل قبولی برای ایجاد تفکر کارآفرینی وجود نداشته است (حسینی لرگانی و همکاران، ۱۳۸۷). در پی این مسئله شاهد دانشجویانی هستیم که با کمترین نوآوری، خلاقیت و کارآفرینی به دنبال کار در سازمان‌های دولتی و خصوصی هستند (رهایی، ۱۳۸۴). از طرف دیگر رشد قارچ‌گونه موسسات آموزش عالی و به دنبال آن تعداد دانشجویان و دانش‌آموختگان رشته‌های مختلف مشکل بیکاری دانش‌آموختگان را دو چندان کرده است.

در این خصوص باید به این نکته توجه نمود که بیکاری به‌عنوان یک چالش مهم، تمامی جنبه‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی یک جامعه را تحت تأثیر قرار می‌دهد و اثرات جبران‌ناپذیری برجای می‌گذارد. حل این مشکل، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان کشورها را با چالش‌های بزرگی مواجه کرده

است؛ به گونه‌ای که ثبات یا زوال برخی از دولت‌ها در گرو حل مشکل بیکاری به‌خصوص بیکاری در بین قشر تحصیلکرده می‌باشد (صالحی و برادران، ۱۳۸۵).

چالش بیکاری دانش‌آموختگان در نظام آموزش عالی نه تنها یکی از مسائل اجتماعی مهم در ایران محسوب می‌شود بلکه در بسیاری از کشورهای دنیا به‌عنوان با اهمیت‌ترین چالش اجتماعی و اقتصادی آینده به‌شمار می‌رود (تاج‌آبادی، ۱۳۸۷). افزون بر این، شواهد بیانگر آن است که تعداد دانشجویان کشور در طی ۲۰ سال گذشته از نظر کمی افزایش چشمگیری داشته است، اما کیفیت اطلاعات و مهارت‌های حرفه‌ای دانش‌آموختگان با نیاز جامعه، انطباق کافی نداشته است. این مسائل در خصوص آموزش عالی کشاورزی عینیت بیشتری دارد (رحمانیان کوشکی و همکاران، ۱۳۹۱).

باید به این نکته اشاره کرد که دانشجویان و حتی دانش‌آموختگان دانشگاهی علاقه اندکی به کارآفرینی و ایجاد کسب و کار جدید دارند (Tonttila, 2001). این مسئله سبب شده تا دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی از طریق برنامه‌های آموزشی دانشجویان را به راه‌اندازی کسب و کار جدید تشویق کنند. علاوه بر این، با تغییرات به‌وجود آمده به‌علت ظهور فناوری‌های جدید، تلاش می‌شود تا با بهره‌گیری از فناوری‌های مختلف فرصت‌های گوناگونی برای ایجاد کسب و کار جدید و شرکت‌های کوچک نوآورانه ایجاد شود (Karhunen at al., 2008). در این راستا، برنامه‌ها و کارگاه‌های آموزشی مختلفی در حوزه کارآفرینی برای دانشجویان دانشگاه و دانش‌آموختگان ترتیب داده شده است. این برنامه‌ها به‌عنوان ابزاری برای ترویج کارآفرینی مبتنی بر دانش در بسیاری از دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی استفاده می‌شوند (Karhunen and Lofgren, 2008؛ Karhunen at al., 2008). در این زمینه، تعدادی از مؤسسات آموزش عالی در کشور تلاش کرده‌اند تا با برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی، مهارت‌های راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه را برای دانشجویان به منظور ورود به محیط کسب و کار واقعی و تغییر نگرش و ادراکات آنان نسبت به این مقوله بهبود بخشند (رستمی و همکاران، ۱۳۹۰).

به‌طور اصولی، دارا بودن تجربه و درک مثبت و یا منفی از کارآفرینی می‌تواند در آینده تأثیر مهمی بر شروع فعالیت‌های کارآفرینانه و کسب و کار جدید دانشجویان داشته باشد (YarHamidi et al., 2008). لذا، پرسش مهم این است، که این دانشجویان در طی فرایند کارآفرین شدن و تولید کسب و کار جدید دارای چه ادراکات و تجربیاتی هستند؟ بررسی مطالعات مختلف نشان می‌دهد که در این حوزه پژوهش‌های اندکی در حوزه تحقیقات کیفی انجام شده است. بنابراین، محققان برآن شدند تا به مطالعه

تجربیات دانشجویان دانشکده کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا در زمینه کارآفرینی و ایجاد کسب و کار پردازند. از این رو، هدف از انجام این مطالعه، بررسی تجارب موفق و ناموفق دانشجویان کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا در مورد کارآفرینی بود. امید است نتایج به دست آمده بتواند سبب ایجاد انگیزه و روحیه کارآفرینی در دانشجویان باشد.

مرور ادبیات موضوع: بیشتر محققان به نقش کارآفرینی در رشد و توسعه اقتصادی کشورها به ویژه کشورهای توسعه یافته اعتقاد داشته و نقش مهم دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی را در یک مدل اقتصادی در نظر گرفته نابی و لینان (Nabi and Liñán, 2010) و آموزش کارآفرینی را محور اصلی برنامه‌های خود در مراکز آموزشی و دانشگاهی تلقی می‌کنند. آموزش رویکردی معطوف به پیشرفت دانشجویان در امر یادگیری است، به صورتی که ظرفیت فکری فرد را برای قضاوت و داوری تأمین کند، لذا کارآفرینی را می‌توان آموزش داد (Kuratko, 2005). از این رو، یکی از اهداف برنامه‌های آموزشی در حوزه دانشگاه، آشنا کردن دانشجویان با کارآفرینی و کارآفرین شدن است. کارآفرینی فرایندی پویا می‌باشد که دربرگیرنده آرمان، تحول، دگرگونی و خلاقیت است. این فرایند به کاربرد توان و انگیزه افراد برای خلق و اجرای ایده‌های جدید و راه‌حل‌های کاربردی نیاز دارد (رستمی و همکاران، ۱۳۹۰).

آموزش کارآفرینی فرصت تجربه کارآفرین شدن برای دانشجویان را فراهم می‌کند و آن‌ها را برای پذیرش نقش کارآفرینی در جامعه آماده می‌سازد، این فرایند منجر به استقلال، خلاقیت و موفقیت فردی می‌گردد (Drine and Grach, 2012). همچنین کارآفرینی باعث تغییر در زندگی اجتماعی و اقتصادی دانشجویان می‌شود (Ahmed et al., 2010). به‌طور کلی در زمینه مطالعات کیفی به خصوص در ارتباط با پدیدارشناسی در حوزه کارآفرینی به‌ویژه کارآفرینی در کشاورزی مطالعات اندکی انجام شده است. از جمله مطالعه پدیدارشناسی در زمینه تجربیات دانشجویان در تأسیس کسب و کار در دانشکده کشاورزی دانشگاه رازی کرمانشاه توسط رستمی و همکاران (۱۳۹۰) انجام شد، نتایج این مطالعه گویای این است که پنج مفهوم از تبیین تجربیات دانشجویان استخراج شده است از جمله: سخت و طاقت فرسا بودن راه‌اندازی کسب و کار، استرس و چالش‌انگیز بودن، توأم بودن با فشارهای روانی اجتماعی تغییر در دانش، نگرش و مهارت دانشجویان و نیز افزایش اعتماد به نفس دانشجویان. همچنین نتایج پژوهش پدیدارشناسی شاو و کارتر (Shaw and Carter, 2007) نیز گویای این مطلب است که، کارآفرینان اجتماعی در راه‌اندازی فعالیت‌های خود به کسب تجربیاتی از

جمله؛ خطر مالی، خلاقیت و نوآوری، تشخیص فرصت‌ها و درک نقش فرد در مقابل فعالیت‌های جمعی پرداخته‌اند. رابینسون (Robinson, 2002)، در مطالعه خود با استفاده از روش پدیدارشناسی به شناسایی مشکلات کارآفرینان پرداخت. وی با استفاده از این روش، ۲۶ مشکل تجربه شده توسط کارآفرینان را در ایجاد کسب و کار کارآفرینانه شناسایی کرد. مطالعه پدیدارشناختی کارآفرینی در انتاریو، در خصوص تجربه مزرعه‌داران خانوادگی درگیر در فعالیت گردشگری کشاورزی، نشان داد که مزرعه‌داران انگیزه زیادی جهت گردش‌پذیر کردن مزارع خود و جذب گردشگر دارند. این مطالعه ۱۷ خانواده را مورد مطالعه قرار داد و مشخص کرد که مقوله‌های انگیزه و اقتصادی نقش مهمی در پذیرش گردشگر در مزارع کشاورزی و حرکت به سمت کارآفرینی کشاورزی دارد (Ainley, 2014). از سوی دیگر مطالعه راسین (Racine, 2010) نشان داد افرادی که به کارآفرینی زیست‌محیطی دست زدند، تجربیات متفاوتی دارند. آن‌ها در طی کارآفرینی، صاحب عقاید کارآفرینانه شدند، انتخاب‌های خود را خردمندانه کرده‌اند و سختی‌های زیادی را تحمل نمودند.

همچنین مطالعه چریل (Cheryl, 2007) در خصوص بررسی تجارب کارآفرینان در بخش راه‌اندازی کسب و کار، نشان داد هنگامی که فرد کارآفرین می‌شود، ارزش‌ها، باورها و اعتقادات در خصوص راه‌اندازی کسب و کار جدید دگرگون می‌شود. یافته‌های حاصل از مطالعه نشان می‌دهد که درک افراد به یک سطح عمیق‌تر می‌رسد و از تمامی توانایی‌های خود جهت ادامه فعالیت استفاده می‌کنند. مطالعه پدیدار شناختی دیگری در زمینه تجربه ۱۷ زن کارآفرین توسط لاکوف (Laukhuf, 2014) انجام گرفت. نتایج این مطالعه نشان داد که شش مقوله تجربه آموزشی، سبک رهبری، مشاوره، چالش‌ها و موانع، موفقیت و تبعیض جنسیتی از عواملی است که تمامی زنان کارآفرین آن را تجربه کرده‌اند. مطالعه لاکوف (Laukhuf, 2014) نشان می‌دهد که زنان کارآفرین از مربیان و مشاوران برای آغاز کسب و کار جدید بهره گرفتند و هر یک سبک خاصی از رهبری مشارکتی را تجربه نمودند. همچنین این مطالعه پدیدارشناسی نشان داد که زنان پس از شروع کسب و کار جدید دیدگاه و نگرش جدیدی نسبت به کارآفرینی پیدا کردند. پژوهش دیگری که در زمینه شناخت ادراکات افراد در خصوص کارآفرینی با راهبرد پدیدارشناسی صورت پذیرفت به بررسی و تبیین درک افراد از کارآفرینی پرداخته است. نتایج این مطالعه نشان داد که کارآفرینی به معنی استفاده از سرمایه افراد خانواده برای راه‌اندازی یک کسب و کار جدید است که می‌تواند با موانع و چالش‌های مختلفی مواجه شود (Hancock, 2013). با توجه به مطالعات تجربی صورت گرفته در زمینه تجربه کارآفرینی

در حوزه کسب و کار، واضح است که افرادی که وارد این حوزه شدند تجربیات متفاوتی از جمله یادگیری شیوه رهبری، خلاقیت در کار، افزایش انگیزه، آشنا شدن با مراحل مختلف راه‌اندازی کسب و کار جدید، تغییر باور و نگرش، حس خطر مالی، افزایش اعتماد به نفس، افزایش ریسک‌پذیری و... را کسب کردند. لذا، این تجربیات می‌تواند به منزله راهنمای عینی در ادامه فعالیت‌های کارآفرینی باشد.

روش تحقیق

روش پژوهش حاضر از نوع کیفی با انجام مصاحبه‌های عمیق بود. جامعه تحت بررسی این مطالعه، دانشجویان رشته کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا همدان را شامل می‌شد که دارای تجربه کارآفرینی بودند. برای انتخاب نمونه‌های مورد بررسی، از نمونه‌گیری مبتنی بر هدف استفاده گردید. اطلاعات براساس مصاحبه‌های عمیق و به‌صورت انفرادی (شش نفر با داشتن تجربه ناموفق و چهار نفر با داشتن تجربه موفق در کارآفرینی) و در محدوده زمانی ۱۳۹۳/۱۰/۱۵ الی ۱۳۹۳/۱۱/۸ گردآوری شد. مدت زمان انجام مصاحبه‌ها بین ۴۵ الی ۶۰ دقیقه انجام گرفت. تمامی مطالب با اجازه و آگاهی نمونه‌ها بر روی ضبط صوت، ذخیره شد و سپس مرحله پیاده‌سازی روی کاغذ انجام گرفت. در نهایت مطالب پیاده‌سازی شده از طریق رایانه تایپ و اصلاح گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌های به‌دست آمده، از روش تحلیل محتوا استفاده گردید. طبق این روش، ابتدا با خواندن دقیق و مکرر مصاحبه‌ها و توصیف مشارکت‌کنندگان سعی شد تا احساس آن‌ها کاملاً درک شود و در مرحله دوم جملات و کلمات مهم از متن مصاحبه‌ها استخراج شد و سپس این معانی استخراج شده، مفهوم‌سازی و کدبندی شدند.

در مرحله بعد، پس از بازخوانی مجدد کدها، مفاهیم سازماندهی شده و در درون خوشه‌های موضوعی قرار گرفت و مقوله‌های اصلی به‌دست آمد و در آخر با مرتبط کردن و دسته‌بندی کلی ترکیب کردن کل ادراکات و تجربیات مستخرج شده در قالب مقوله‌های مختلف همچنین توصیف جامع از جزئیات پدیده تحت بررسی، مقوله‌های اصلی و محوری به‌عنوان تجربه کارآفرینی آزمودنی‌ها مشخص شد. در انتها، روایی نتایج پژوهش توسط افراد مشارکت‌کننده مورد تأیید واقع شد. روش انجام کار در نمودار شماره ۱ ترسیم شده است. در مطالعه حاضر به‌منظور اعتبارپذیری نتایج، اطلاعات به‌دست آمده را مجدداً به گروه‌های تحت بررسی ارجاع داده تا میزان اعتبارپذیری آن‌ها مورد تأیید قرار گیرد. برای انتقال‌پذیری یا درجه تعمیم‌پذیری نتایج شرح کاملی از شرایط و زمینه‌های محیطی از فرایند تحقیق

ارائه شده است. در خصوص تأییدپذیری نیز، نتایج به‌دست آمده مورد تأیید هم‌تایان قرار گرفت. لازم به ذکر است که به‌دلیل عدم امکان تکرار نتایجی که در این تحقیق به‌دست آمد، سایر محققان می‌توانند از روند انجام کار و نحوه شکل‌گیری نتایج در شرایط و موقعیت خودشان استفاده نمایند (تأیید تکرارپذیری پژوهش).



شکل ۱- شیوه اجرای روش جمع‌آوری داده‌ها.

یافته‌ها و نتایج

توصیف ویژگی‌های فردی مصاحبه‌شونده‌ها: در این پژوهش ۱۰ نفر از دانشجویان رشته کشاورزی که در حوزه‌های مختلف کشاورزی کارآفرین بودند (تجربه راه‌اندازی حداقل یک کسب و کار کشاورزی را دارا بوده‌اند)، تحت مطالعه قرار گرفتند. از میان افراد تحت مطالعه یک نفر در مقطع کارشناسی ارشد، یک نفر در مقطع دکتری و هشت نفر دیگر در مقطع کارشناسی مشغول به تحصیل بودند. با توجه به اطلاعاتی که از افراد تحت مطالعه به‌دست آمد، دانشجویان کارآفرین در دو گروه طبقه‌بندی شدند. یافته‌ها نشان داد که از بین این تعداد، شش نفر در حوزه کاری خود و در امر کارآفرینی ناموفق و چهار نفر به موفقیت رسیده بودند. در گروه کارآفرینان موفق نیز یکی از افراد تحت بررسی زن و دارای مدرک کارشناسی آب بود و سه نفر دیگر از افراد مشارکت‌کننده مرد و مقطع تحصیلی آن‌ها به‌ترتیب یک نفر کارشناسی زراعت، دو نفر دانشجوی ارشد زراعت بوده است. همچنین در بین شش نفر از کارآفرینان ناموفق یکی از افراد زن (تولید‌کننده ورمی کمپوست) و دانشجوی سال آخر زراعت بوده و ۲۵ سال سن داشت و پنج نفر دیگر در این گروه مرد بودند و در

نشریه کارآفرینی در کشاورزی (۳)، شماره (۲) تابستان ۱۳۹۵

رشته‌های زراعت و باغبانی مشغول به تحصیل بودند. میانگین گروه سنی این افراد ۲۸/۵ سال بود. همچنین حداقل سن افراد در دو گروه تحت بررسی ۲۳ سال و حداکثر سن ۳۲ سال بود. به‌طور کلی، میانگین سنی افراد تحت بررسی ۲۷ سال برآورد شد. ویژگی‌های توصیفی افراد مورد پژوهش در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱- ویژگی حرفه‌ای افراد تحت بررسی.

افراد تحت مطالعه	نوع فعالیت	زمان فعالیت	نوع تجربه (موفق / ناموفق)
۱	تولید قارچ و ورمی کمپوست	۱ ترم	ناموفق
۲	ورمی کمپوست	۱ سال	ناموفق
۳	ورمی کمپوست	۱ ترم	ناموفق
۴	کندوی غسل	۱ سال	ناموفق
۵	کارگاه قالی بافی	۱ سال	ناموفق
۶	ورمی کمپوست	۱ ترم	ناموفق
۷	گلخانه صیفی جات	۹ سال	موفق
۸	تولید بذر	۱۰ سال	موفق
۹	گیاهان دارویی	۱۰ سال	موفق
۱۰	تولید بذر	۵ سال	موفق

تحلیل داده‌ها: به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از شیوه تحلیل محتوا، در ابتدا صحبت‌های ضبط شده افراد به متن تبدیل شدند. پس از آن یادداشت‌های میدانی مورد بازبینی مجدد قرار داده شدند. محققان در این مرحله سعی داشتند با بررسی مجدد اطلاعات دید جامعی نسبت به اطلاعات به دست آمده کسب نمایند. در مرحله بعدی، با استفاده از راهبرد جمله به جمله، عبارات مهم و مرتبط با موضوع پژوهش مشخص شدند. نتایج به‌دست آمده از این مرحله مشخص شدن ۳۲ کد اصلی بود. سپس با حذف مواردی تکراری و ارتباط بین کدهای با مفهوم مشترک و مشابه، عبارات کلیدی و سازماندهی شده به تعداد ۱۱ مورد به‌دست آمد. لازم به ذکر است که یافته‌های به‌دست آمده در دو گروه شامل تجربیات ناموفق و موفق دانشجویان کارآفرین تقسیم شد. عبارات استخراج شده در گروه تجربه ناموفق کارآفرینان به شش گروه تقسیم شد. این گروه‌ها عبارتند از: عدم حمایت‌های سازمانی،

مشکل شناسایی بازار فروش، مشکل در فرهنگ مصرف‌کنندگان، فقدان تجربه، فقدان اطلاعات تخصصی - مهارتی و عدم اعتماد به تولیدکنندگان. در ادامه به توضیح هرکدام از مفاهیم استخراج شده پرداخته شده است.

عدم حمایت‌های سازمانی: یکی از تجربیاتی که در بین افراد تحت مطالعه به وضوح قابل درک بود، مسئله عدم حمایت توسط سازمان‌های مربوط است. عدم حمایت از سوی سازمان‌های دولتی یکی از مشکلات و موانع ایجاد شکست در بین کارآفرینان بود که منجر به عدم ادامه فعالیت آن‌ها شده بود. عدم حمایت‌های سازمانی در این گروه مواردی چون عدم ارائه اطلاعات و آمار دقیق به کارآفرینان، عدم حمایت از تولیدات کارآفرینان، بروکراسی اداری، عدم ارائه وام به کارآفرین، عدم حمایت کارآفرینان برای به نمایش گذاشتن تولیدات در نمایشگاه‌های کشاورزی و صنایع دستی را شامل می‌شود. در این زمینه یکی از کارآفرینان در توصیف عدم حمایت‌های سازمانی بیان کرد:

"..... وقتی که کار تولید ورمی کمپوست رو شروع کردم ابتدا به سازمان جهاد کشاورزی رفتم، مسئولین اول خیلی از کارم استقبال کردن و گفتن محصولت رو تولید کن بازاریابی و فروشش با سازمان چون می‌تونیم کشاورز رو قانع کنیم که تولیدات رو بخرن..... اما وقتی محصولم رو بردم بهشون نشون دادم اصلاً استقبال نکردن و گفتن اگه مشتری داری محصول ما رو هم بفروش".
همچنین یکی از کارآفرینانی که قصد فعالیت در زمینه کارگاه قالی بافی داشت این‌گونه عنوان کرد که:

".... زمانی که به دنبال دریافت مجوز و کارهای اداری بودم با عدم همکاری و حمایت‌های سازمانی مواجه شدم. کلاً این‌طور رفتار و عملکردها باعث میشه آدم از کارکردن پشیمون بشه و دنبال این‌طور فعالیت‌هایی نباشه". همچنین یکی از افرادی که در زمینه تولید عسل فعالیت داشت، اظهار داشت: "بیشتر سازمان‌ها و اداره‌های دولتی قول الکی می‌دهند می‌گن شما تولید کنین خود سازمان ازتون می‌خره اما بعد از این که محصول به تولید رسید، عقب می‌کشن".

مشکل شناسایی بازار فروش: از دیگر تجربیاتی که در طی مصاحبه با افراد کارآفرین تشخیص داده شد، مسئله شناسایی بازار فروش تولیدات بود. شناخت بازار فروش محصولات به‌خصوص محصولات کشاورزی اهمیت بسیار زیادی دارد. در این مطالعه نمونه‌های تحت مطالعه اظهار داشتند که شناخت دقیقی از بازار نداشتند. در این گروه شناسایی بازار فروش شامل: بررسی میزان تقاضا در بازار،

مشخص بودن دقیق میزان تولید در طی ماه، اشباع بودن بازار می‌باشد. در این خصوص یکی از کارآفرینانی که به پرورش کندوی زنبور عسل اشتغال داشت بیان کرد:

".... یک‌باره تصمیم گرفتم که به تولید عسل مشغول بشوم بدون این که بازار فروش رو شناسایی کنم چون دیده بودم افرادی که این کار رو انجام می‌دهند خیلی موفق هستند و محصولاتشون رو به مغازه‌ها می‌برن و می‌فروشند..... وقتی محصول رو بردم بفروشم مغازه‌دار گفت ازت نمی‌خرم چون مشتری یه نفر دیگه هستم..... دوباره به یکی دیگه از مغازه‌داران مراجعه کردم اما اون هم قبول نکرد محصول رو بخره". همچنین یکی دیگر از افرادی که در تولید قارچ فعالیت داشت بیان کرد:".... محصول که تولید شد بردم بازار اما ازم قارچ نخریدن.... متأسفانه چون بازار رو خوب نمی‌شناختم ضرر کردم".

علاوه بر این، فرد دیگری که در تولید کمپوست فعالیت می‌کرد، توضیح داد: ".... کاش از اول کسی بود که راهنمایی می‌کرد و می‌گفت که بازار تولید کمپوست به چه صورتی است که الان محصول رو دستم نمونه".

مشکل در فرهنگ مصرف‌کنندگان: مشکل دیگری که کارآفرینان آنرا تجربه کردند، مشکل در فرهنگ مصرف‌کنندگان بود. این مسئله در بررسی کارآفرینانی که ورمی کمپوست تولید می‌کردند به شدت دیده می‌شود. در این گروه عواملی چون عدم اعتماد به کیفیت ورمی کمپوست، تقلبی بودن، گران بودن، عدم حمایت از سوی سازمان جهاد کشاورزی، گرایش شدید کشاورزان به کودهای شیمیایی در بر می‌گیرد. در خصوص این مسئله یک نفر از افراد تحت بررسی چنین می‌گوید: ".... هنگامی که کود ورمی کمپوستی رو که تولید کردم به خیلی از روستاها سرزدم و محصول رو نشونشون دادم حتی به ریش سفیدا و کشاورزان پیشرو..... اما هیچ‌کدوم تمایل به خرید کود نداشتن. می‌گفتن که معلوم نیست محصولمون به ثمر بشینه یا نه. همون کود شیمیایی رو مصرف کنیم بهتره چون زود جواب می‌ده".

همچنین یکی دیگر از افراد تحت مطالعه که هم در زمینه تولید قارچ و ورمی کمپوست فعالیت داشت این‌گونه بیان کرد: "بعد از تولید که محصول رو بازار بردم متأسفانه فهمیدم که دست توی کار زیاده به خصوص در مورد ورمی کمپوست به شدت با عدم تمایل کشاورزان با مصرفش روبرو شدم. آن‌ها اصلاً اعتقادی به مصرف ورمی کمپوست نداشتن و می‌گفتن این چیه که داری می‌فروشی می‌خوای بهمون خاک بفروشی....".

فقدان تجربه: یکی از مهمترین مواردی که کارآفرینان تحت مطالعه به آن روبرو بودند، فقدان تجربه کار عملی در شرایط واقعی بود. در این زمینه افراد تحت مطالعه اظهار داشتند:

".... تا به حال تجربه کار در شرایط واقعی به‌خصوص فعالیت‌های کشاورزی را نداشتند و برای اولین بار است که به‌طور مستقل وارد این کار شده‌اند..... بروز مشکلات حین انجام کار و افزایش قدرت ریسک‌پذیری باعث شد که توانایی مقابله با مشکلاتمون افزایش پیدا کنه و بتونیم تجربه خوبی در اولین کارمون داشته باشیم. حتی با توجه به این‌که در کارمون به دلیل عدم داشتن تجربه و مهارت شکست خوردیم اما حداقل به خودمون نشون دادیم که می‌تونیم کارهای بزرگتر هم انجام بدیم". علاوه‌بر این یکی از کارآفرینان که در حیطه تولید عسل فعالیت داشت بیان کرد: "متأسفانه بی‌توجه و ناآگاهانه وارد این کار شدم حدود سه میلیون هزینه کردم اما بعد از مدتی کندو دچار بیماری شد و چون تجربه نداشتم نمی‌دونستم باید چکارکنم". در این زمینه نیز یکی از مشارکت‌کنندگانی که در حوزه کارگاه قالی بافی فعالیت داشت، این‌گونه بیان کرد: "در ابتدای کارچون هیچ اطلاع و تجربه‌ای در این زمینه نداشتم با مشکلات فراوانی روبرو شدم و کلاً باعث ناامیدی من از ادامه کار شدم به‌طور قطع اگر تجربه داشتم دنبال این کار نمی‌رفتم".

فقدان اطلاعات تخصصی - مهارتی: تجربه مشترک دیگری که بیشتر افراد تحت مطالعه به آن اشاره کردند، مسئله فقدان اطلاعات تخصصی و مهارتی در زمینه کار کشاورزی بود. بیشتر افراد بیان کردند که اطلاعات خود را فقط از سایت‌های اینترنتی و برخی از مقالات کسب کردند و متأسفانه در زمینه فعالیت‌های کشاورزی اطلاعات و مهارت کافی نداشتند. این مسئله سبب عدم موفقیت در فعالیت اقتصادی شده بود. در این حوزه یکی از کارآفرینان بیان کرد:

".... چون بسیاری از دوستان و اطرافیانم به تولید عسل مشغول شده بودند فکر می‌کردم که کار ساده‌ای است و نیاز به مهارت و اطلاعات خاصی نداره اما در حین کار متوجه شدم که لازمه شروع این کار داشتن مهارت و اطلاعات تخصصی است....". افزون براین، فرد دیگری که وارد تولید قارچ شده بود، بیان کرد: "... چون همه افرادی که وارد کار تولید قارچ شده بودن، به موفقیت رسیده بودند فکر کردم من هم می‌تونم این کارو انجام بدم و موفق می‌شم اما اطلاعات و مهارتم خیلی کم بود و باعث دلزدگیم شد".

عدم اعتماد به تولیدکنندگان: مقوله دیگری که از مصاحبه با افراد به دست آمد، مشکل عدم اعتماد به تولیدکنندگان بود. این عامل یکی از موانع مهم در فعالیتهای اقتصادی بود که کارآفرینان با آن مواجه بودند. در این رابطه یکی از کارآفرینان که در تولید ورمی کمپوست فعالیت داشت اظهار کرد:

"..... با توجه به این که در زمینه تولید ورمی کمپوست خیلی هزینه کردم و بیشتر از جیب خرج کردم هنگامی که محصول تولید شد و به روستا رفتم، هیچکدام از کشاورزان حاضر نشد محصول رو بخره..... می گفتن که معلوم نیست واقعاً ورمی کمپوست تولید کردی یا مثل بقیه می خوای بهمون خاک بفروشی". در این خصوص یکی دیگر از کسانی که وارد تولید ورمی کمپوست شده بود بیان کرد: "...به هیچ عنوان این کارو دنبال نخواهم کرد چون کلی هزینه و وقت صرف کردم اما بعداً که محصول رو بردم توی روستا با حالت تمسخر گفتن تا کود شیمیایی مونده از این چیزا نمی خریم. تو دانشجویی می خوایی سرمون کلاه بزاری و...".

افزون بر این، از دیگر افرادی که در زمینه تولید عسل فعالیت داشت بیان کرد:

"... وقتی رفتم بازار که نمونه عسل تولید شده ام رو بفروشم، بهم گفتن توی عسل چی ریختی اصلاً واقعیه هست یا شکر ریختی داخلش... هر چی توضیح دادم که طبیعی فایده نداشت... متأسفانه به تولیدکنندگان به خصوص دانشجویان اعتماد نداشتن".

یافته‌های مربوط به بررسی تجربیات افراد موفق: در قسمت دوم، عبارات استخراج شده از تجربیات افراد موفق در زمینه کارآفرینی به پنج گروه تقسیم شد. عبارتهای استخراج شده با توجه به ماهیت موضوعی مشابه شناسایی شدند و در قالب یک گروه قرار گرفتند. این گروه‌ها عبارتند از: بالا رفتن ریسک، حمایت خانواده و گرفتن انرژی مثبت از سوی دوستان، پشتکار و تلاش فراوان، سرسخت بودن در شروع کار، اعتماد به نفس بالا. در ادامه به توضیح هرکدام از مفاهیم استخراج شده پرداخته شده است.

بالا رفتن ریسک: یکی از مهمترین ویژگی کارآفرینان، تمایل به ریسک‌پذیری است، به این معنی که آنها مخاطرات عمده فعالیت‌های اقتصادی را قبول می‌کنند. بیشتر کارآفرینان زمان، تلاش و اعتبار کاری را در معرض خطر قرار می‌دهند؛ چون عدم قطعیت و خطر ناشی از شکست در کارهای نوآورانه همواره وجود دارد (ادیب و اربط، ۱۳۹۳). در این خصوص یکی از کارآفرینان موفق که در حوزه تولید محصولات صیفی فعالیت داشت این‌گونه بیان کرد:

"... به دلیل عدم یافتن شغل تصمیم گرفتم که وارد این حرفه شوم اما خانواده‌ام اصلاً رضایت نداشتند و می‌گفتند چون سرمایه‌انداری شکست می‌خوری، اما توجهی به حرف‌های آن‌ها نداشتم و تمامی خطرات ناشی از کار را پذیرفته بودم و می‌دانستم که موفق می‌شوم....".

در این زمینه یکی از افراد کارآفرین در تولید بذر این‌گونه بیان کرد:

"... وقتی وارد این کار شدم اول ترسیدم که موفق نشم چون می‌دیدم برخی از افرادی که وارد کار شدن شکست خوردن اما چون رشته تحصیلی‌ام زراعت بود و شناخت نسبی از این کار داشتم دل به دریا زدم نترسیدم و جلو رفتم و در آخر هم موفق شدم".

علاوه‌بر این یکی دیگر از کارآفرینان موفق در زمینه تولید گیاهان دارویی ابراز داشت:

"کلاً از آدم‌هایی هستم که برای شروع به کار جدید ترس ندارم حتی اگر در زمینه تحصیلی‌ام نباشد. به این کار علاقه داشتم و کلاس‌های مختلفی رفتم و مسلط شدم. عدم ترس باعث شد که موفق شوم".

همچنین در این زمینه یکی دیگر از افراد که وارد حوزه تولید بذر شده بود، بیان کرد:

"... اما چون از کار واهمه نداشتم رفتم سمتش با این که خیلی مشکل داشتم به‌خصوص عدم فرهنگ برخی از مردم که یک مانع مهم برای کارهای جدیده".

حمایت خانواده و دوستان: در مطالعه انجام شده از افراد کارآفرین موفق، اذعان داشتند که یکی از دلایل موفقیت و پیشبرد آن‌ها در اهداف شغلی و اقتصادی حمایت و پشتیبانی خانواده بوده است. در این گروه عواملی چون حمایت عاطفی و مالی نقش بسیار مؤثری داشته است. در بررسی این گروه یکی از افرادی که در حوزه تولیدات بذر مشغول فعالیت بود، اشاره کرد:

"... زمانی که ایده این کار در ذهنم جرقه زد مادر و همسر بسیار استقبال کردند. با توجه به این که مشکلات مالی داشتم اما به لطف خداوند و حمایت‌های بی‌دریغ خانواده‌ام توانستم در کار پیشرفت کنم و به موفقیت برسم". یکی از افرادی که در زمینه تولید صیفی فعالیت می‌کرد، اظهار داشت:

"چون خیلی به کشاورزی علاقه داشتم صرف نظر از مشکلاتش وقتی خانواده‌ام دیدند خیلی به این کار تمایل دارم من رو حمایت کردن. البته این حمایت بیشتر عاطفی بود تا مالی ولی باعث شد که روز به روز موفق‌تر عمل کنم".

همچنین فردی که در زمینه گیاهان دارویی فعالیت می‌کرد، بیان کرد:

"... در این کار بیشتر حمایت دوستانم و لطف خداوند بود که باعث شد موفق شوم. چون کار سختی بود و واقعاً نیاز به حمایت عاطفی داشتم تا مالی. موفقیت خودم رو تحت تأثیر این دو عامل می‌دونم."

همت و تلاش: از دیگر مضامین استخراج شده از تجارب کارآفرینان موفق، پشتکار و تلاش فراوان بود. کارآفرینان با پشتکار فراوان از پس مشکلات برمی‌آیند؛ به طوری که با تمام سختی‌ها هرگز تسلیم نمی‌شوند و باور و اعتقاد به موفقیت دارند (ادیب و اربط، ۱۳۹۳). در این رابطه یکی از شرکت‌کنندگان که در حوزه تولید بذر فعالیت داشت اظهار داشت:

"زمانی که کار تولید بذر را شروع کردم فکر می‌کردم که کار بسیار ساده‌ای است و به راحتی قادر به تولید بذر هستم. اما بعد از گذشت سه الی چهار ماه متوجه شدم که این کار مشکل‌تر از آن چیزی است که تصور می‌کردم به صوری که برخی از دوستان می‌گفتند که به کار ادامه نده. اما با توجه به علاقمندی، روحیه قوی، تلاش و پشتکار شبانه‌روزی، به موفقیت رسیدم و توانستم در کار تولید بذر پیشرفت کنم...."

همچنین یکی از کارآفرینان موفق بیان کرد:

"آدمی هستم که کار برام مهمه و توجهی به سخت بودنش ندارم و سعی می‌کنم به بهترین شکل کارو انجام بدم. در این کار هم تمام تلاش خودم رو صرف کرد. این شد که به موفقیت رسیدم و راضی هستم."

در این رابطه یکی از کارآفرینانی که در زمینه تولید صیفی فعالیت می‌کرد، اشاره کرد که:

"یکی از عوامل موفقیت من در این کار تلاش شبانه‌روزی من و همسرم بود. چون کار کشاورزی زمان و تلاش زیادی نیاز داره اما با این که مشکلات فراوانی داشتم باعث نشد که دست از تلاش بردارم."

سماجت در کار: یکی از ویژگی‌های مهم کارآفرینان در هر نوع حرفه‌ای سرسخت و مقاوم بودن در مقابل مشکلات و سختی‌های کار است. این بعد شخصیتی یکی از ابعاد برون‌گرایی کارآفرینی است که علاوه بر سرسخت بودن، شور و حرارت به ادامه کار را شامل می‌شود (Barrick and Mount, 1991).

یکی از افراد مشارکت کننده در این مطالعه این‌گونه توضیح داد:

"... در زمان دانشجویی چون خیلی به رشته تحصیلی‌ام علاقه داشتم تصمیم گرفتم که وارد این حرفه بشوم... موقعی که کار را شروع کردم و سرمایه اندکی داشتم هر لحظه ممکن بود شکست بخورم اما خیلی سرسخت و پیگیر کار بودم و این باعث شد به کار ادامه بدهم و پیشرفت کنم".

در این زمینه یکی از کارآفرینان که در تولید بذر فعالیت داشت، بیان کرد:

"یکی از ویژگی‌های بارز افرادی که وارد کار کشاورزی می‌شوند، سرسخت بودن است. من هم چون فرد سرسخت و جسوری هستم تصمیم گرفتم دنبال این کار بروم. حالا هم که به موفقیت رسیدم این مسئله رو ناشی از این خصوصیت خودم می‌دونم. کلاً ادم سرسختی هستم که زود تسلیم نمی‌شم".

از سوی دیگر کارآفرینی که در حیطه گیاهان دارویی فعالیت می‌کرد، اشاره کرد:

"... کلاً این کار ریسک زیادی داره چون جدیده و مردم این کار رو کامل نمی‌شناسند اما برای موفق بودن باید مقاوم بود و با هر مشکلی جا خالی نکرد. من هم آدمی هستم که با روبرو شدن با مشکل جا خالی نمی‌کنم و برای موفق شدن تلاش زیادی می‌کنم".

اعتماد به نفس بالا و توان خطر کردن: یکی دیگر از موارد مشترک که شرکت‌کنندگان در تحقیق، بر آن به‌عنوان عامل موفقیت در کارآفرینی تأکید داشتند، اعتماد به نفس بالا بود. اعتماد به نفس بالا و توان خطر کردن از دیگر عواملی است که می‌تواند در پیشبرد کارآفرینان تأثیر داشته باشد. در مورد این گروه، یکی از کارآفرینانی که در زمینه گیاهان دارویی فعالیت داشت بیان کرد که:

"... با توجه به این‌که در جایی مشغول به کار هستم که افراد ریسک‌پذیر نیستند و اطمینان و اعتماد زیادی به این‌گونه فعالیت‌ها ندارند اما با توانایی‌هایی که در خود دیدم و هنگامی که کار را شروع کردم و بیشتر به عمق کار می‌رفتم این اعتماد در من ایجاد شد که می‌توانم از تمامی کارها را انجام دهم". در این خصوص، یکی دیگر از افراد کارآفرین که در حوزه تولید بذر فعالیت داشت عنوان کرد که: "... با توجه به شناختی که از روحیات شخص خود داشتم، تصور می‌کردم که با داشتن اطمینان و اعتماد بالا در شروع کار می‌توانم به یک نتیجه مطلوب برسم. با توجه به این‌که ریسک کار کشاورزی در هر زمینه بالاست، اما با حمایتی که از سوی خانواده می‌شدم و اطمینان بالایی که داشتم موفقیت را از آن خود می‌دانستم".

در این راستا، کارآفرینی دیگر بیان کرد: "آدمی هستم که کلاً اعتماد به نفسم بالاست و نگرانی در خصوص مواجه شدن با مشکل ندارم. اول کار سختی و مشکل زیاد بود اما آگه مقاومت نمی‌کردم به‌طور حتم شکست می‌خوردم اما با توجه به این که از آینده کار خودم مطمئن بودم ادامه دادم و سرسختی زیادی به خرج دادم".

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

هدف اصلی این مطالعه بررسی تجارب موفق و ناموفق دانشجویان کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا در زمینه کارآفرینی بود. به طور کلی نتایج حاصله از مطالعه گویای این بود که عدم حمایت سازمانی یکی از مشکلاتی است که کارآفرینان ناموفق به آن اشاره داشتند. این یافته نشان می‌دهد که حمایت سازمانی شامل موارد مهمی چون عوامل تأمین منابع مالی و بروکراسی اداری است که منجر به کاهش انگیزه افرادی می‌شود که تمایل به راه‌اندازی کسب و کار در یک فعالیت اقتصادی دارند. از سوی دیگر نداشتن تجربه، اطلاعات مهارتی - تخصصی و اطلاعات نامناسب از شرایط بازار و مصرف کننده از عوامل مهمی است که در ناموفق بودن افراد تأثیر بسزایی دارد. این نتایج با یافته‌های حسین‌پور و رضایی (۱۳۸۹) همسویی دارد. آن‌ها در مطالعه خود نشان دادند که عدم حمایت مالی و سازمانی، نداشتن اطلاعات در خصوص راه‌اندازی یک کسب و کار، مهم‌ترین مشکلات دانشجویان به کارآفرینی هستند. همچنین نتایج حاصل از تجربیات کارآفرینان موفق نشان داد ریسک‌پذیری بالا، حمایت خانواده، پشتکار و تلاش، سرسخت بودن در کار و اعتماد به نفس بالا از عواملی هستند که در موفقیت افراد نقش به‌سزایی داشتند.

برخی از تحقیقات در این خصوص نیز به گرایش به خطرپذیری، کارآفرین بودن خانواده و تمایل به کارآفرینی دانشجویان اشاره داشته‌اند (Gurel et al., 2010; Segal et al., 2005). همان‌طور که اشاره شد اعتماد به نفس بالا یکی از مفاهیم به‌دست آمده از تجربیات کارآفرینان موفق است. کسب موفقیت حتی اگر اندک باشد باعث می‌شود که فرد عملکرد بهتر و مثبتی داشته باشد و بتواند چالش‌های پیش رو را به بهترین شکل پشت سرگذارد. نتایج پژوهش شاپیرو (Shapiro, 1982) نشان داد که شناسایی توانمندی‌ها و قابلیت‌های بالقوه در روند کار منجر به بالفعل شدن می‌شود. از طرف دیگر بروز موفقیت منجر به تغییر نگرش جامعه و اطرافیان به فرد شده و همین خود عامل ارتقای اعتماد به نفس در کارآفرین می‌شود.

بخش دیگری از یافته‌های به‌دست آمده در مطالعه حاضر شامل اعتماد به نفس بالا بود، که افراد تحت بررسی به آن اشاره داشتند. یافته‌های به‌دست آمده با مطالعه رسمتی و همکاران (۱۳۹۰) همپوشانی دارند. آن‌ها در مطالعه خود دریافتند که کارآفرین شدن دانشجویان منجر به افزایش اعتماد به نفس در آن‌ها شده است.

همچنین مطالعات بندزوفسکا و همکاران (Bendzovska et al., 2007) نشان دادند که کارآفرینان دارای خصوصیات عزم و اراده، خطرپذیری، پشتکار و سرسخت بودن در کار هستند. این یافته‌ها از نظر ویژگی‌های ریسک‌پذیری و عزم و اراده با نتایج تحقیق حاضر هماهنگی دارند. از سوی دیگر، یافته‌های تحقیق حاضر با نتایج مطالعات بایگریو و همکاران (Bygrave et al., 1994) همخوانی دارد. وی نشان داد که عزم و اراده و آرمان‌گرایی از مهمترین عوامل موفقیت و پیشرفت کارآفرینان است. با توجه به یافته‌های مطالعه حاضر، موارد زیر پیشنهاد می‌گردد: در این مطالعه یکی از مسائل مهمی که دانشجویان کارآفرین ناموفق به آن اشاره داشتند عدم حمایت‌های سازمانی از افرادی بود که وارد حوزه کارآفرینی شده‌اند. آن‌ها اشاره داشتند که عدم حمایت سازمان‌هایی چون جهاد کشاورزی بیشتر به‌صورت عدم حمایت مالی و شناسایی بازار (بازاریابی) برای فروش محصولات بود. در این راستا تدوین سیاست‌گذاری‌های مالی و بازاریابی به‌منظور ایجاد بازار برای فروش محصولات برای دانشجویان کارآفرین از طریق همکاری سازمان جهاد کشاورزی با بانک کشاورزی جهت ارائه دادن وام‌های کم‌بهره و مشخص کردن بازار فروش و یا خرید محصولات کارآفرینان و فروش آن به کشاورزان می‌تواند راه‌کار مفیدی در جهت جلوگیری از شکست آن‌ها تلقی شود. از دیگر مواردی که در این پژوهش افراد به آن یک مشکل جدی تلقی می‌کردند، فقدان تجربه و نداشتن اطلاعات مهارت‌های تخصصی بود. در این خصوص گذراندن سه واحد عملی پروژه کارآفرینی در راستای ایجاد کسب و کار جدید توسط دانشجویان در دانشگاه به‌منظور آشنا شدن با مشکلات پیش‌روی کارآفرینی می‌توان پیشنهاد داد. همچنین در این زمینه می‌توان از الگوی فعالیت کارآفرینان موفق بهره گرفت. همچنین از دیگر مشکلاتی که افراد با آن روبرو بودند و منجر به شکست آن‌ها شده بود، مسئله عدم اعتماد و مشکل در فرهنگ مصرف‌کنندگان بود. به‌منظور کاهش این مشکلات پیشنهاد می‌شود که سازمان‌هایی چون جهاد کشاورزی و نظام مهندسی که در تماس مستقیم با کشاورزان هستند همکاری جدی‌تری با رسانه‌ها داشته باشند و فرهنگ استفاده از تولیدات کارآفرینان را به کشاورزان آموزش دهند و به‌طور مستمر و مداوم شیوه مصرف و مزایای برخی از تولیدات از جمله ورمی کمپوست را به

کشاورزان نشان دهند. همچنین در این زمینه می‌توان از شیوه عملکرد کارآفرینان موفق به‌منظور راهنمایی افرادی که تازه وارد کارآفرینی شدند در قالب کتاب‌های آموزشی استفاده کرد.

منابع

۱. ادیب، ی. و مردان اربط، ف. ۱۳۹۳. پدیدارشناسی تجربیات و ادراکات کارآفرینان از پدیده کارآفرینی: یک مطالعه کیفی، توسعه کارآفرینی، (۷): ۴۶۵-۴۴۷.
۲. تاج‌آبادی، ر. ۱۳۸۷. آموزش و توسعه کارآفرینی و روش‌های به‌کارگیری آن در نظام آموزش عالی کشاورزی، همایش ملی کارآفرینی، فرهنگ و جامعه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد روده‌ن.
۳. حسینی لرگانی، س.م.، میرعرب رضی، ر.، رضایی، س. ۱۳۸۷. آموزش کارآفرینی در هزاره جدید، زیرساختی برای دانش‌آموختگان آموزش عالی، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، (۵۰): ۱۳۷-۱۱۹.
۴. حسینپور، ا.، رضایی، م. ۱۳۸۹. بررسی نگرش دانشجویان کشاورزی به کارآفرینی، توسعه کارآفرینی، (۱۰): ۱۳۵-۱۵۳.
۵. رستمی، ف.، گراوندی، ش.، و زرافشانی، ک. ۱۳۹۰. پدیدارشناسی تجربیات دانشجویان در تأسیس کسب و کار (مطالعه موردی: دانشجویان پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه رازی کرمانشاه). توسعه کارآفرینی، (۴): ۷۸-۱۰۶.
۶. رحمانیان کوشکی، م.، چیدری، م.، هواسی، ع. ۱۳۹۱. بررسی عوامل اثرگذار بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی دانشگاه آزاد ایلام. توسعه کارآفرینی، (۴): ۱۲۴-۱۲۵.
۷. رهایی، ز. ۱۳۸۴. نقش دانشگاه در ایجاد تعادل بین ظرفیت‌ها و فرصت‌های کارآفرینی، دومین همایش اشتغال و نظام آموزش عالی کشور.
۸. صالحی، س.، برادران، م. ۱۳۸۵. راهکارهای به‌کارگیری کارآفرینی در آموزش کشاورزی، نشریه جهاد، (۲۰۵): ۲۷۴-۱۸۳.
9. Ahmed, I., Musarrat Nawaz, M., Ahmad, Z., Zeeshan Shaukat, M., Usman, A., Ul-rehman, W., and Ahmed, N. 2010. Determinants of students' entrepreneurial career intentions: evidence from business graduates. *European Journal of Social Science*, 15(2): 14.

10. Ainley, S. 2014. A Phenomenological Study of Agritourism Entrepreneurship on Ontario Family Farms. *Journal of Tourism Planning and Development*, 11(3): 317-329.
11. Barrick, M., and Mount, M. 1991. The big five personality dimensions and job performance: A meta-analysis. *Journal of personality psychology*, 44(1): 1-26.
12. Bendzovska., D., Blomqvist, M., and Bulic, Z. 2007. Do entrepreneurial characteristics affect the choice of strategy?, FE6103 Dissertation, Dep. Of Business Studies, Kristianstad University, Sweden.
13. Bygrave, William, D., and Zacharakis, A. 1994. The Portable MBA in Entrepreneurship, No: 978-0-470-48131-8, 504.
14. Cheryl, B. 2007. Entrepreneurial lives: A phenomenological study of the lived experience of the entrepreneur, including the influence of values, beliefs, attitudes, and leadership in the entrepreneurial journey. A Dissertation Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Doctor of Philosophy, UMI Number: 3244893.
15. Drine, I., and Grach, M. 2012. Supporting woman entrepreneurs in Tunisia. United Nation University. World institute for development economic research, 24: 450-464.
16. Gurel, E., Altinay, L., and Daniele, R. 2010. Tourism students' entrepreneurial intentions, *Annals of Tourism Research*, 37(3): 646-669.
17. Hancock, G. 2013. Using phenomenology in entrepreneurship research, Proceedings of the 2013 Australian Centre for Entrepreneurship Research Exchange ACERE, Feb 6-8, 2013, Queensland University of Technology, Brisbane, Australia/ P. Davidsson (ed.): 2B.2. <https://digital.library.adelaide.edu.au/dspace/handle/2440/84084>.
18. Karhunen, P., Ledyeva, S., Gustafsson-Pesonen, A., Mochnikova, E., and Vasilenko, D. 2008. Russian students' perceptions of entrepreneurship. Results of a survey in three St. Petersburg universities, entrepreneurship development Project 2. HSE Mikkeli Business Campus Publications N-83, HSE Print.
19. Karhunen, P., Lofgren, J., and Kosonen, R. 2008. Revisiting the relationship between ownership and control in international business operations: lessons from transition economies. *Journal of International Management*, 14(1): 78-88.
20. Kuratko, D. 2005. The emergence of entrepreneurship education: Development, trends and challenges, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 29(5): 577-597.
21. Laukhuf, Robin, L. 2014. A phenomenological study of Ohio women entrepreneurs Dissertations and Theses– Gradworks. <http://gradworks.umi.com/35/83/3583251.html>.
22. Nabi, G., and Liñán, F. 2011. Graduate entrepreneurship in the developing world: intentions, education and development», *Education and Training*, 53(5): 325–334.

23. Racine, W.P. 2010. Motivation, conceptualization, and the establishment of a new scientific ventures entrepreneurship and the environmental professional. *International Journal of Business, Management, and Social Sciences*, 1(1): 100-112.
24. Robinson, D.A. 2002. A phenomenological study of how South African entrepreneurs experience and deal with ethical dilemmas. PhD thesis. Rhodes University, Graham's town.
25. Segal, G., Borgia, D., and Schoenfeld, J. 2005. The motivation to become an entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 11(1): 42-57.
26. Shapero, A. 1982. Social dimensions of entrepreneurship. In C.A. Kent, D.L. Sexton and K. Vesper (Eds.), *the encyclopedia of entrepreneurship*, Englewood Cliffs: Prentice Hall. 72-90.
27. Shaw, E., and Carter, S. 2007. Social entrepreneurship: theoretical antecedents and empirical analysis of entrepreneurial processes and outcomes. *Journal of Small Business and Enterprise development*, 14(3): 422-432.
28. Stamboulis, Y., and Barlas, A. 2014. Entrepreneurship education impact on student attitudes, *The International Journal of Management Education*, 12: 365-373.
29. Tonttila, K. 2001. Mita mielta yrittäjyydest a? Yliopistosta valmistuvien nuortenasenteet yrittäjyyteen ja itsens a työllistämiseen. Helsingin yliopiston tutkimus- ja koulutuskeskus Palmenia. Raportteja ja Selvityksia, 36 (in Finnish).
30. Xavier Roland, S., Kelley, J.D., Kew, J., Herrington, M., Vorderwülbecke, A. 2012. *Global Entrepreneurship Monitor*. <http://www.gemconsortium.org/docs/download/2645.pdf>.
31. Yar Hamidi, D., Weinberg, K., and Berglund, H. 2008. Creativity in entrepreneurship education. *Journal of small business and enterprise development*, 15(2): 306.



Gorgan University of Agricultural
Sciences and Natural Resources

Journal of Entrepreneurship in Agriculture Vol. 3(2), 2016
<http://jead.gau.ac.ir>

Study on successful and unsuccessful experiences of Bu-Ali Sina University agricultural students about Entrepreneurship

***M. Sepahpanah¹, R. Movahedi² and Heshmatollah Saadi³**

¹Ph.D. Student, Agricultural Extension and Education Dep., Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran, ²Associate Prof., and Head of Dept., Agricultural Extension and Education Dep., Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran, ³Associate Prof., and Dean of college, Agricultural Extension and Education Dep., Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran

Received: 5/4/2016 ; Accepted: 12/7/2016

Abstract

The purpose of this research was to study the experiences of Bu-Ali Sina University agricultural students about entrepreneurship. The type of the current study was a qualitative research which has been conducted by an in-depth interviewing method. The study's population included the agricultural students of Bu-Ali Sina University who have been working on agricultural businesses. Therefore, to select the samples a purposeful sampling method was used. Data were collected on the basis of in-depth face to face interviews with entrepreneur's students. The data collected from the student theoretically were saturated after interviewing process was completed by ten people. The extracted findings were analyzed by using a content analysis method then finalized and grouped into the eleven themes. The results from the interviews by the students revealed that factors such as high risk-taking and family support at all stages, having a high self-confidence, hard working, and high perseverance were some successful experiences of the students; but the factors such as lack of organizational supports, the problem of identify sale's markets, cultural problems of consumers, lack of experience, lack of specialized skills and distrust to the producers were the unsuccessful experiences of the students.

Keywords: Agricultural business, Entrepreneurial Perceptions and Experiences, Phenomenology, Agricultural student

*Corresponding author; sepahpanah1918@gmail.com

