



دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گزن

نشریه کارآفرینی در کشاورزی

جلد دوم، شماره دوم، تابستان 1394

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

تحلیلی بر رویکردها و مدل‌های توسعه کارآفرینی، در توسعه کارآفرینی کشاورزی

شهره کرمی¹ و حسین آگهی²*

¹دانشجوی دکتری توسعه کشاورزی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه،

²دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه

تاریخ دریافت: 1394/08/12؛ تاریخ پذیرش: 1394/8/28

چکیده

صاحب‌نظران توسعه روستایی جدا از سیاست‌ها و راهبردهای کلان توسعه اقتصادی، پرداختن ویژه به امر توسعه روستاها و ریشه‌کنی فقر گسترده حاکم بر آنها را لازم می‌دانند. چرا که به اعتقاد اقتصاددانان این امر، مهمترین عامل توسعه اقتصادی روستاها و بخش کشاورزی به‌شمار می‌آید و به اعتقاد سیاستمداران، راهبردی کلیدی به‌منظور پیشگیری از صدمات اجتماعی در روستاها محسوب می‌شود. با توجه به این‌که یکی از بخش‌های حائز اهمیت در توسعه روستایی، توسعه کارآفرینی کشاورزی است. بر این اساس مطالعه مروری- تحلیلی پیش‌رو، با هدف بررسی رویکردها و مدل‌های توسعه کارآفرینی، از جمله: رویکردهای اقتصادی، روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، شناختی و اکولوژیکی (تلفیقی) و مدل‌های توسعه کارآفرینی؛ سپس ارائه و تبیین رویکرد و مدل مناسب توسعه کارآفرینی کشاورزی انجام گردیده است. تحلیل‌ها بیانگر آن است که رویکرد اکولوژیکی، با نگاه چند بُعدی و مدل دیده‌بان جهانی کارآفرینی نه به‌صورت مدلی مطلق، بلکه بر اساس تفاوت‌های مکانی- فضایی، مناسب توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی خواهد بود.

واژه‌های کلیدی: رویکردها، مدل‌ها، توسعه کارآفرینی، کارآفرینی کشاورزی

*مسئول مکاتبه: shohrehkarami20@gmail.com

مقدمه

توسعه کارآفرینی فرآیندی پیچیده، بلندمدت و فراگیر است که البته نقش به سزایی در رشد و توسعه اقتصادی دارد، به طوری که امروزه کارآفرینی به راهبردی‌ترین و مهم‌ترین ابزار اقتصادی جوامع پیشرفته تبدیل شده است. در واقع رشد و توسعه اقتصادی مرهون کارآفرینان و فعالیت‌های کارآفرینانه است. از این رو لازمه دستیابی به توسعه و پیشرفت اقتصادی، توسعه کارآفرینی است (زالی و رضوی، 1387). از سوی دیگر صاحب‌نظران توسعه معتقدند که ریشه بسیاری از مشکلات کشورهای در حال توسعه در توسعه‌نیافتگی روستاهای آنها است. با توجه به نقش و جایگاه روستاها در فرآیندهای توسعه اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در مقیاس محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی و پیامدهای توسعه نیافتگی مناطق روستایی چون فقر گسترده، نابرابری فزاینده، رشد سریع جمعیت، بیکاری، مهاجرت، حاشیه‌نشینی شهری و ...، ضرورت توجه به توسعه روستایی و حتی تقدم آن بر توسعه شهری مورد تأکید قرار گرفته است (ازکیا، 1383). در این راستا کشاورزی به‌عنوان محور توسعه در مناطق روستایی، بخشی است که جهت تولیدات و کارآفرینی در بخش‌های وابسته، دارای توان‌های افزایشی غیرقابل مقایسه با بخش‌های اقتصادی دیگر است و به جرأت می‌توان گفت که توسعه سایر بخش‌ها به آن وابسته است (حیدری‌ساربان، 1391) لذا پرداختن به توسعه کارآفرینی کشاورزی، برای دست‌اندرکاران این بخش از اهمیتی حیاتی برخوردار است؛ چرا که اگر بهره‌برداران بخش کشاورزی با دلایلی از جمله عدم جذابیت سرمایه‌گذاری در کشاورزی، ضعف فضای کسب و کار، عدم حمایت‌های لازم از طرف دولت و سازمان‌های محلی، بهره‌وری پایین افراد و منابع، فقدان توانمندی‌های حرفه‌ای و کمبود نیروی انسانی خلاق و پویا مواجه نباشند، می‌توانند منابع را به نحو مطلوب به‌کار گرفته، در غیر این صورت فقر، توسعه نیافتگی، نابرابری فزاینده، بیکاری و مهاجرت ارمغان آن خواهد بود. بنابراین یکی از راهبردهای مهم، توسعه کارآفرینی کشاورزی، در سطح روستاها است (میرزا امینی، 1383). در تحلیل پیش‌رو رویکردها و مدل‌های توسعه کارآفرینی مورد بررسی و نقد قرار خواهد گرفت؛ سپس رویکرد و مدل مناسب توسعه کارآفرینی کشاورزی ارائه و تبیین خواهد شد.

مفهوم کارآفرینی کشاورزی و کشاورز کارآفرین: کارآفرینی در بخش‌های کشاورزی، صنعت و خدمات از نظر بنیادی مفهومی مشابه دارند. بر این اساس، کارآفرینی در کشاورزی به معنای به کارگیری خلاقیت و نوآوری در فعالیت‌های مرتبط با کشاورزی است و زمینه‌های کارآفرینی متنوعی

در این بخش وجود دارد. در واقع نواحی روستایی، محیط بکر بروز کارآفرینی است. فعالیت‌هایی از جمله زراعت، باغداری، گلخانه، پرورش دام و طیور، زنبور عسل و فعالیت‌های جنگل‌داری، آبخیزداری، حفظ و توسعه محیط‌زیست و... مهم‌ترین زمینه‌های بروز کارآفرینی کشاورزی هستند. همه‌ی اقداماتی که می‌تواند مستقیم یا غیرمستقیم به ایجاد اشتغال، درآمد و بهره‌برداری مطلوب و پایدار به نیازهای بخش کشاورزی توجه نماید و موجب بهبود کیفیت زندگی در نواحی روستایی و کشاورزی شود در قلمرو کارآفرینی کشاورزی قرار می‌گیرد. مطالعات حاکی از آن است که تفاوت‌های موجود در نرخ رشد اقتصادی، با تفاوت‌های نرخ رشد کارآفرینی قابل تبیین است (راسل و همکاران، 2008). وارن (2004) هم معتقد است کارآفرینی کشاورزی در ایجاد تنوع تولید، رهایی از تولید مواد خام، تولید برای بازارهای خاص، استفاده از ظرفیت‌های کشاورزی، دامپروری، جذب گردشگران و اشتغال‌زایی نقش دارد. مک‌الوی (2008) کشاورزان را دو نوع معرفی می‌کند. یکی «کشاورز به‌عنوان کشاورز»، شخصی که تمایلی به درگیری در فعالیت‌های متنوع ندارد 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. یکی دیگر، «کشاورز به‌عنوان کارآفرین»، شخصی که فرصت‌های غیرزراعی و کشاورزی با ارزش، را تشخیص می‌دهد و بر اساس منابع زراعی با روش‌های نوآورانه و انعطاف‌پذیر از آن‌ها بهره‌برداری می‌کند.

لذا بر اساس تنوع تولیدات کشاورزی و دگرگونی‌های ساختاری در روش‌های تولید، ضروری است، کشاورز به شیوه‌ای تولید کند که بتواند تولیدات خود را در بازار رقابتی، مبتنی بر خواسته‌های مشتری، عرضه نماید. این امر میسر نخواهد شد مگر این‌که کشاورز، فرصت‌های ارزشمند را شناخته و راهبردهای خلاقانه و نوآورانه را برای برآوردن نیازهای مشتری طراحی و اجرا نماید و به‌عنوان کارآفرین در عرصه رقابت حاضر شود.

رویکردها و مدل‌های توسعه کارآفرینی: رویکردهای متفاوتی نسبت به کارآفرینی، از جمله: رویکرد اقتصادی، روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، شناختی و اکولوژیکی (تلفیقی) وجود دارد. **رویکرد اقتصادی:** ابتدا در بطن تئوری‌های اقتصادی، کارآفرین و کارآفرینی تبلور یافت. «فرانسوا کنه» و «نیکلاس بودو» زمین را تنها سرچشمه ثروت می‌دانستند و کشاورز را کارآفرین می‌خواندند. «بودو» در زمینه کشاورزی تمام ویژگی‌های اساسی را در رابطه با کارآفرینان معتبر می‌دانست و در اثر خود با

عنوان «پیش‌درآمدی بر فلسفه اقتصادی» به تعریف نقش کارآفرینان پرداخت. «بارتو» در مطالعه‌ای با عنوان بررسی نقش کارآفرینی از دیدگاه محققان و نظریه‌پردازان اقتصادی، 6 عامل مشترک کارکردی که در جدول 1 آمده است، را به آنان نسبت داد. همه اقتصاددانان علاوه بر نقش‌هایی کارکردی کارآفرینان، آن‌ها را سرمایه‌دار نیز می‌دانند، تنها «کرزنر» کارآفرین را واسطه معرفی نمود (کیرزنر، 1973).

جدول 1- نقش‌های کارکردی کارآفرینان در تئوری‌های اقتصادی.

نقش کارکردی	سال تحقیق	محقق و نظریه‌پرداز
معامله‌گر	1730	ریچارد کانتیلون
هماهنگ‌کننده	1803	جان باتیست سی
مالک محصول	1882	فردریک هاوولی
تصمیم‌گیرنده	1921	فرانک نایت
نوآور	1934	ژوزف شومپتر
واسطه	1973	ایزرائیل کرزنر

رویکرد روان‌شناسی (ویژگی‌ها): روان‌شناسان در اواسط قرن بیستم به کشف ویژگی‌های فردی و متغیرهای شخصیتی و روان‌شناختی که کارآفرین را از غیرکارآفرین متمایز می‌کرد، پرداختند. با این فرض که ویژگی‌های کارآفرینی قابل دستیابی و آموزش نبوده، بلکه امری ذاتی با منبعی خاص است و تنها افراد دارای جوهره‌ی کارآفرینی، کارآفرین می‌شوند. هدف این محققین با مدل‌های محتوایی¹ یافتن چارچوبی روان‌شناسانه و ارثه تعریف کارآفرینی بر مبنای یکسری ویژگی‌های فردی بوده که با توجه به محدودیت این تحقیقات همواره، عقیم ماند (تراپمن و مورنینگستر، 1989) به اعتقاد گارتنر از جنبه تئوری تفاوت بین کارآفرینان از تفاوت بین کارآفرینان و غیرکارآفرینان بیشتر است؛ چرا که کارآفرینی نیست که از نظر ویژگی‌ها در حد وسط باشد، بنابراین معتقد بود این جستجو باید متوقف شود. از جنبه تجربی هم مرور مطالعات بین ویژگی‌های شخصیتی و موفقیت کارآفرینان همبستگی چندانی نشان نداد. لذا گارتنر رهیافت رفتاری را پیشنهاد کرد و معتقد بود که کارآفرینان را باید در

سطوح خاصی از رفتار آن‌ها بررسی کرد. مهم این است که بپرسیم چه چیزی مردم را قادر می‌کند کارآفرین شوند نه این‌که، ویژگی‌های آن‌ها را ارزیابی کنیم (گارتنر، 1988).

جدول 2- ویژگی‌های مشترک کارآفرینان (رویکرد ویژگی‌ها).

ویژگی‌ها	سال تحقیق	محقق و نظریه پرداز
توفیق‌طلبی	1963	مک‌کله‌لند
مرکز کنترل درونی	1964-1957	آتکلینسون - روتر
تمایل به پذیرش مخاطره‌های معتدل	1980-1974	لایلز - بروکهاوس
تحمل ابهام	1982	باون، سکستون، اسکایر
استقلال‌طلبی	1982	چاکوبویتز و وایلد
با انرژی، با انگیزه و متعهد	1982	سکستون

رویکرد جامعه‌شناسی: از اوایل دهه 1960 و به دنبال عدم موفقیت روان‌شناسان در دستیابی به ویژگی‌های مشترک کارآفرینان، مطالعات جامعه‌شناسان و روان‌شناسان به دسته دیگری از متغیرهای جمعیت‌شناختی معطوف شد با عنوان «رویکرد رفتاری»¹. در این رویکرد به دلایل و چگونگی تشکیل یک کسب و کار یا فرآیندی که طی آن شرکت‌های جدید پا به عرصه وجود می‌گذارند، توجه شد و نظریه‌های اجتماعی - فرهنگی (تأثیر محیط و فرهنگ بر فرد در اقدام به کارآفرینی) و نظریه شبکه‌های اجتماعی شکل گرفت. جامعه‌شناسان کارآفرینی را یک پدیده اجتماعی دانسته و به بررسی رابطه متقابل بین کارآفرینان و سایر بخش‌ها و گروه‌های جامعه پرداخته‌اند. این رویکرد چگونگی تأثیر محیط بر کارآفرینی را بررسی می‌کند (هارلی، 1999). «پیتر کیلی» با انتقاد از تحقیقات با رویکردهای شخصیتی کارآفرینان؛ طبق چارچوب کلی توسعه کارآفرینی در جوامع توسعه نیافته؛ برنامه‌هایی برای کمک به کارآفرینان نوظهور پیشنهاد داد، تا این افراد بتوانند مهارت‌های لازم را بهبود بخشیده و دانش مربوط به بازار و فناوری را افزایش دهند. بنابراین به جای تمرکز بر ویژگی‌های شخصیتی باید بر روی فرآیند تمرکز کرد که به موجب آن سازمان‌های جدید به وجود آیند (احمدپور، 1387). مدل‌های توسعه کارآفرینی این محققین، با اتکا به رویکرد رفتاری و با عنوان مدل‌های فرآیندی² در ادامه آورده شده است.

1- Behavior approach

2- Process Models

الف) فرآیند رویدادی¹

در این دیدگاه، کارآفرینی، فرآیندی است که در آن فرد کلیه فعالیت‌های کارآفرینانه را برنامه‌ریزی، اجرا و کنترل می‌کند. بروز برخی عوامل محیطی و تأثیر آن بر فرد، نقش تعیین‌کننده‌ای در تصمیم وی به کارآفرین شدن، دارد.

مدل رویدادی آلبرت شاپیرو² (1975): استاد دانشگاه ایالت اوهایو پیشنهاد داد بیش از آن‌که به فرد کارآفرین تمرکز شود به «رویداد کارآفرینی»³ توجه شود. در شکل 1 این مدل قابل مشاهده است. وی بیان می‌کند «رویداد کارآفرینی» دربرگیرنده موارد زیر است:

ابتکار: یک فرد یا گروه، ابتکاری را انجام می‌دهد.

سازمان: منابع لازم در جهت برآورده کردن یک سری اهداف که به شکل سازمانی ترکیب می‌شوند (با این‌که منابع در یک سازمان موجود شناسایی می‌شوند).

مدیریت اجرایی: کسانی که ابتکار را در دست دارند و مدیریت سازمان را بر عهده می‌گیرند.

استقلال نسبی: مبتکران، به آزادی نسبی برای تخصیص منابع نیاز دارند.

مخاطره‌پذیری: مبتکران در موفقیت و شکست سازمان مؤثر هستند (کوراتکو و هدگنز، 1989).

نقاط قوت مدل رویدادی شاپیرو:

○ اهمیت ابتکار و نوآوری در آغاز رویداد کارآفرینی.

○ توجه به فرهنگ به‌عنوان مطلوبیتی که شرایط کارآفرینی را فراهم می‌کند.

نقاط ضعف مدل رویدادی شاپیرو:

○ تا مرحله تأسیس شرکت مدنظر بوده و استراتژی‌های اجرا و رشد نادیده گرفته شده است.

○ نقش ویژگی‌های کارآفرین در این مدل چندان مطرح نشده است.

○ ارتباط با کسب و کارهای بزرگ در نظر گرفته نشده است.

○ به بازار و پیچیدگی‌های آن توجهی نشده است.

1- Event process

2- A. Shapero

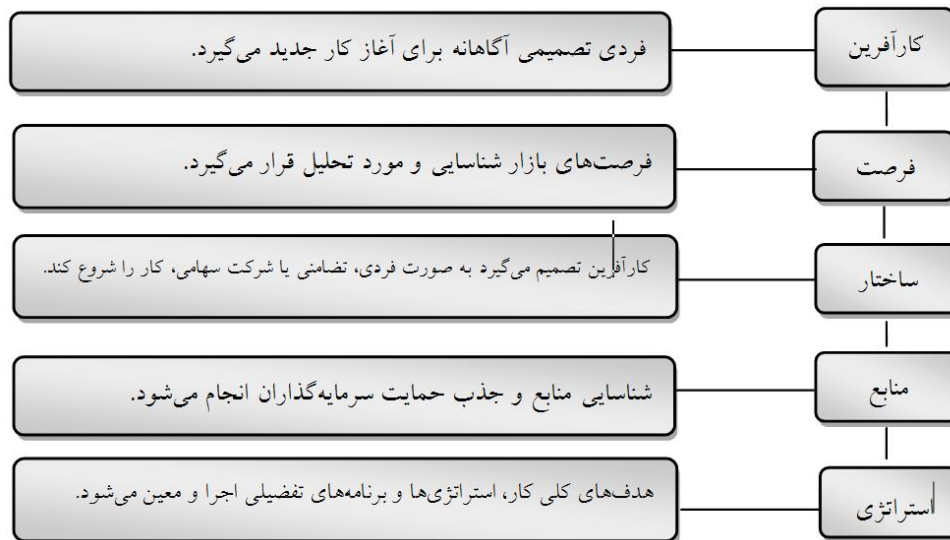
3- Entrepreneurial Event



شکل 1- مدل رویدادی شاپیرو.

مدل رویدادی فرای¹ (1993): از دیدگاه فرای عوامل مقدم یا پیشینه²، عوامل تسریع‌کننده یا حرکت‌دهنده³ و عوامل توان‌بخش⁴؛ به‌عنوان نیروهای انگیزشی در تصمیم‌گیری کارآفرین دخالت دارند. شکل 2 مدل رویدادی فرای را نشان می‌دهد.

1- Ferai
2- Antecedent or background variable
3- Triggering or precipitating variable
4- Enabling variable



شکل 2- مدل رویدادی فرای.

عوامل مقدم: با متغیرهای زمینه‌ساز، ارتباط دارد. این موقعیت‌ها یا ویژگی‌ها، باعث می‌شوند، فرد به‌طور خودآگاه امکانات کارآفرینی را بررسی کند. برخی از این متغیرها ماهیت تاریخی یا محیطی دارند. بسیاری از کارآفرینان در خانواده‌هایی کارآفرین به‌دنیا می‌آیند یا در اوایل زندگی اتفاقاتی پیش آمده که شخصیت کارآفرین در آن‌ها شکل گرفته است.

عوامل تسریع‌کننده: برخلاف عوامل مقدم که در طول زمان موجب شکل‌گیری شرکت نوپا می‌گردد؛ حادثه یا موقعیتی است که به‌صورت ویژه کارآفرینی را سرعت می‌بخشد؛ شامل حوادث برجسته زندگی، تحولات شخصیتی، مالی یا حرفه‌ای که در تصمیم‌گیری او بسیار مؤثرند. به‌عنوان مثال اخراج شدن از یک کار یا آشنا شدن با کارآفرینی که در پی شریک است، می‌تواند عاملی برای ترک شغل جاری و تبدیل شدن به یک کارآفرین باشد.

عوامل توانبخش: یا عوامل مقدم، انگیزه بالقوه کارآفرین برای تأسیس شرکت یا سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز هستند. برانگیخته شدن برای راه‌اندازی به‌این مفهوم نیست که شروع آن، عاقلانه یا امکان‌پذیر است. فرد کارآفرین تنها یکی از اجزاء تشکیل‌دهنده شرکت‌های نوپای کارآفرینانه است. دو

جزء فرصت و منابع در تصمیم‌گیری برای تأسیس شرکت‌های نوپا حیاتی می‌باشند که عوامل توانبخش نامیده می‌شوند (کاراتکو و هدگستز، 1989).

نقاط قوت این مدل

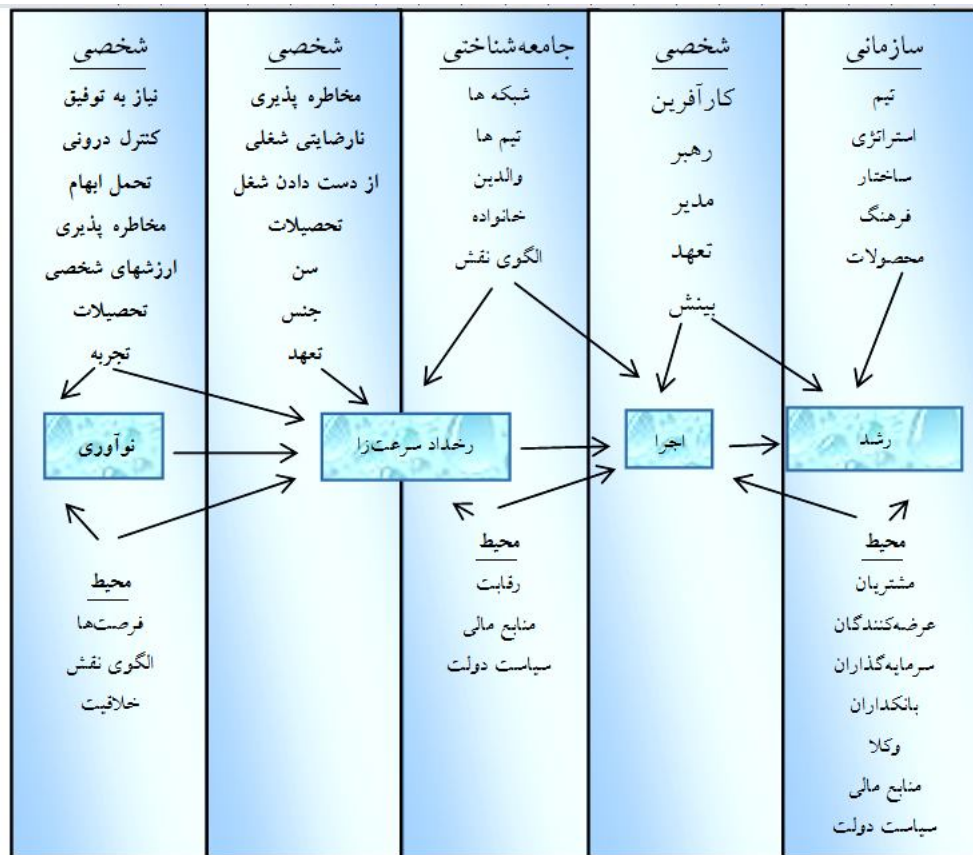
- علاوه بر تأسیس شرکت به استراتژی‌ها و برنامه‌های تفضیلی اجرا پرداخته شده است.
- جذب منابع و شناسایی سرمایه‌گذاران به‌عنوان عاملی توانبخش، مدنظر بوده است.
- عامل توانبخش شناسایی فرصت‌های بازار، مدنظر قرار گرفته است.

نقاط ضعف این مدل:

- با وجود تصمیم آگاهانه در آغاز کار، ابتکار و نوآوری در این مدل چندان مطرح نیست.
- ارتباط با کسب و کارهای بزرگ در این مدل دیده نشده است.
- به فرهنگ توجه نشده است.

مدل رویدادی ویلیام بای گریو¹ (1994): در این مدل، عوامل شخصی، روانی و محیطی موجب تولد یک مؤسسه جدید می‌شوند. یک شخص، فکر نو برای ایجاد تشکیلات اقتصادی نو را از طریق تحقیقات دقیق یا تصادفی به دست می‌آورد. تصمیم‌گیری یا عدم تصمیم‌گیری برای پیگیری به عواملی چون زمینه‌های شغلی، خانواده، دوستان، الگوی نقش، وضعیت اقتصاد و دسترسی منابع بستگی دارد و همیشه یک رخداد سرعت‌زا در تولد یک سازمان جدید نقش دارد. شکل 3 این مدل را نشان می‌دهد (کاراتکو و هدگستز، 1989).

1- Bygrave



شکل 3- مدل رویدادی ویلیام بای گریو.

نقاط قوت مدل رویدادی بای گریو:

- ❖ در نظر گرفتن استراتژی‌ها و برنامه‌های اجرا و رشد.
- ❖ در نظر گرفتن ویژگی‌های فردی و ارزش‌های کارآفرین.
- ❖ توجه به نقش پررنگ محیط در تمام مراحل.
- ❖ مدنظر بودن شبکه‌ها.
- ❖ مدنظر بودن سیاست دولت.
- ❖ توجه به منابع مالی.

- ❖ توجه به مشتریان و عرضه‌کنندگان.
- ❖ مدنظر بودن فرهنگ.
- ❖ نقاط ضعف مدل رویدادی بای گریو:
- ❖ عدم توجه به پیچیدگی‌های بازار.
- ❖ عدم توجه به ارتباط با کسب و کارهای بزرگ

ب) فرآیند چند بُعدی

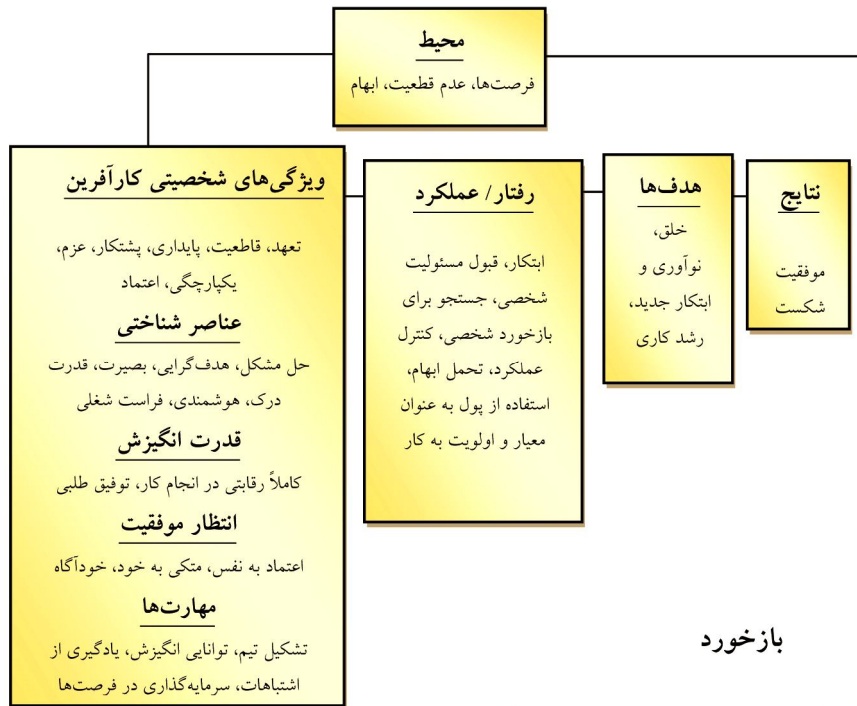
در این دیدگاه، کارآفرینی چارچوبی چند بُعدی و پیچیده دارد که کلیه عوامل شامل فرد کارآفرین و ویژگی‌ها، مهارت‌ها و سبک‌های مدیریتی او، فرهنگ، استراتژی، ساختار، نظام و سازمان را در بر می‌گیرد. در ادامه به برخی از مدل‌های مذکور پرداخته می‌شود.

مدل فرآیندی جفری تیمونز و همکاران¹ (1985): در این مدل محیط، ویژگی‌های شخصیتی، انگیزه‌ها، رفتار، اهداف و نتایج مدنظر است و بر توانایی سرمایه‌گذاری بر فرصت‌ها تکیه شده و کارآفرین دارای مهارت‌های چندگانه پنداشته می‌شود (کولمیر، 1992).

نقاط قوت این مدل:

- در نظر گرفتن ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین.
- در نظر گرفتن مهارت‌ها و شیوه‌های مدیریت کارآفرین.
- مدنظر بودن نوآوری و ابتکار جدید به‌عنوان هدف.
- مدنظر بودن عناصر شناختی (حل مشکل، هدف‌گرایی، بصیرت، قدرت، درک، هوشمندی، فراست شغلی)
- وجود بازخورد به‌منظور کنترل عملکرد.

1- Jeffrey Timmons



شکل 4- مدل فرآیندی جفری تیمونز و همکاران.

نقاط ضعف این مدل:

- عدم ارتباط با کسب و کارهای بزرگ.
- عدم توجه به بازار و پیچیدگی‌های آن.

مدل فرآیندی چل و هاورس¹ (1988): یکی از جامع‌ترین مدل‌های کارآفرینی زمان خود، این مدل بود. از نقاط قوت این مدل تأکید بر ویژگی‌های شخصیتی، عناصر شناختی و قدرت سرمایه‌گذاری در فرصت‌ها که مخالف تجهیز منابع است، می‌باشد. این مدل، کارآفرین موفق را فردی می‌داند که مهارت‌های مختلفی چون تشکیل تیم‌های کاری و انجام کار با کمک دیگران را داشته باشد. مدل چند بُعدی ویلیام گارتنر (1985): گارتنر در ایجاد یک شرکت چهار عنصر فرد، محیط، سازمان، فرآیند و ارتباط بین آن‌ها را مؤثر می‌داند (گارتنر، 1985) (شکل 5).

1- Chell and haworth

نقاط قوت مدل چند بُعدی ویلیام گارتنر:

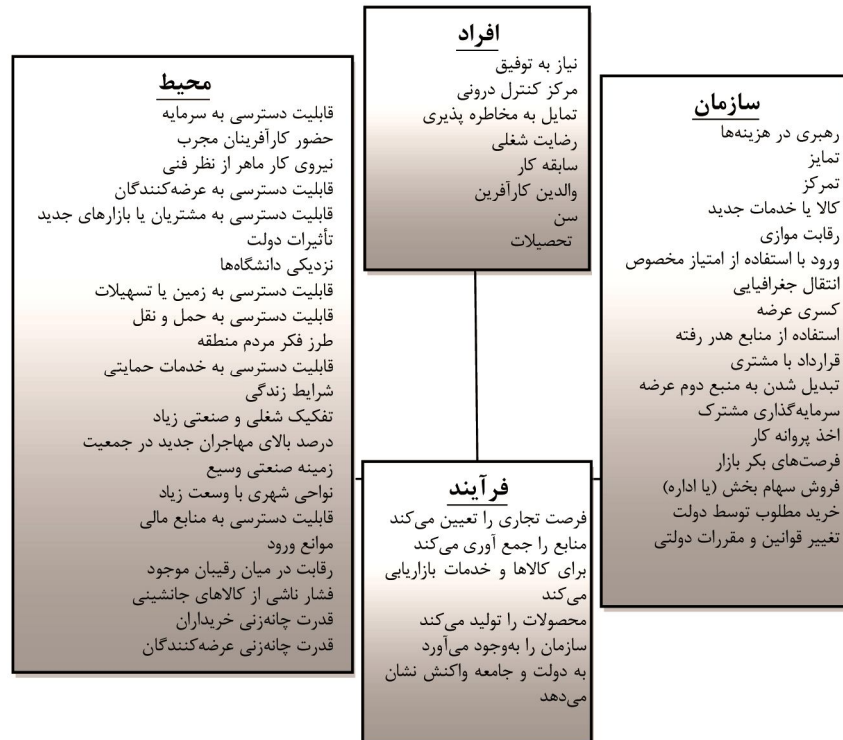
- چند بُعدی بودن (افراد، محیط، سازمان و فرآیند).
- در نظر گرفتن ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین.
- در نظر گرفتن مهارت‌های رهبری و مدیریت.
- نقش پررنگ محیط بر اساس (مد نظر بودن دسترسی به امکانات حمل و نقل، مدنظر بودن دسترسی به زمین و تسهیلات، توجه به ارتباط با دانشگاه‌ها، توجه به فرهنگ (طرز فکر مردم)، توجه به فشارهای ناشی از کالاهای جانمایی.
- توجه به کالا یا خدمات جدید و فرصت‌های بکر بازار.

نقاط ضعف مدل چند بُعدی ویلیام گارتنر:

- عدم استراتژی‌های و برنامه‌های اجرا و رشد.
 - عدم ارتباط با کسب و کارهای بزرگ.
- مدل یکپارچه نیاوالی و فوگل¹ (1994): در این مدل 4 عنصر اصلی محیطی معرفی شد که اثر قوت‌بخش و یا تضعیف‌کننده بر فرآیند ایجاد شرکت‌های نوپا دارند. این عوامل عبارتند از:

1. رویکردها و سیاست‌های دولت
2. شرایط اقتصادی و اجتماعی
3. مهارت‌های شغلی و کارآفرینی
4. حمایت‌های مالی و غیرمالی

1- Gnywali and Fogel



شکل 5- مدل چند بُعدی ویلیام گارتنر.

رویکرد شناختی: در این رویکرد، تصمیم‌گیری فردی نه براساس واقعیت که براساس درک فرد از واقعیت اتفاق می‌افتد. طرفداران این رویکرد معتقدند کارآفرینان اشیاء و اتفاقات اطراف را متفاوت‌تر از بقیه درک می‌کنند. دلماز از طرفداران این رویکرد، کارآفرینی را دارای عنصری «تفسیری» می‌داند و رفتار افراد را به شدت به درک فرد از محیط و موقعیت وابسته می‌داند. بنابراین برای این که یک فرد، کارآفرین شود باید معتقد باشد چنین رفتاری امکان‌پذیر است و توانایی انجام آن را دارد. وی معتقد است فردی که قصد رفتار کارآفرینانه دارد، در ذهن خود یک دیدگاه درباره «شغل» (تجسم ویژگی‌ها، دانش، مهارت‌ها و منابع موردنیاز را یا در اختیار دارد و یا قادر است کسب کند) مجسم خواهد نمود. افزون بر این، تجارب قبلی فرد نیز یک عامل تأثیرگذار است. مجموع این دو، موجب قضاوت فرد در رابطه با پتانسیل‌های خود در رابطه با شروع کارآفرینی خواهد شد (دلماز، 2000). لذا رویکرد شناختی

در زمینه کارآفرینی، پیچیدگی فرآیند کارآفرینی را بسیار بهتر از رویکرد ویژگی‌ها (روانشناسی) بیان می‌کند. وسعت بخشیدن ادبیات کارآفرینی با مفاهیم زیر از نقاط قوت این رویکرد محسوب می‌شود.

- نقش نگرش در تعیین اهمیت موارد ویژه از دیدگاه فرد کارآفرین؛
- اثر نگرش بر هدف‌های رفتاری فرد کارآفرین؛
- نقش میزان درک فرد از حمایت اجتماعی، در بروز فعالیت کارآفرینانه؛
- نقش میزان درک فرد از کنترل او بر رفتار خود در فرآیند تصمیم‌گیری و پیامدهای رفتار؛
- نقش و اهمیت میزان درک فرد از توانمندی‌های خود بر انتخاب و بروز رفتار کارآفرینانه؛
- تأثیر انگیزش درونی و علائق فردی بر انجام رفتار کارآفرینانه و
- اهمیت فراوان «زمینه و محیط» و نحوه‌ی تفسیر فرد از آن.

رویکرد اکولوژیکی (تلفیقی): در این رویکرد، عوامل و عناصر متعددی برای تبیین فرآیند کارآفرینی وجود دارد که شامل ویژگی‌های شخصیتی- فردی، ویژگی‌های دموگرافیکی، مهارت‌های فنی- تخصصی، توانمندی‌های کارآفرینانه، عوامل فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و برنامه‌های حمایتی دولت می‌شود. اعتقاد این رویکرد، بر این است که نمی‌توان تنها یک مدل یکپارچه از کارآفرینی ارائه نمود. بلکه شرایط اقتصادی- اجتماعی، محیطی و نیز محیط اقتصادی و فنی- تخصصی مختلف نیازمند مدل‌ها و الگوهای خاص خود هستند و سعی بر آن است تا از یک دیدگاه محیطی به پدیده کارآفرینی نگریسته شود. در رویکرد مذکور کارآفرینی یک فعالیت چند بُعدی و پیچیده است که در مطالعه آن بایستی عوامل سازمانی و محیطی به شدت مدنظر قرار گیرد، چرا که فرد کارآفرین به‌منظور عملی نمودن ایده خود بایستی بتواند منابع محیطی موردنیاز را شناسایی، کشف و بهره‌برداری نماید.

مدل عوامل محیطی احمدپور (1378): بر اساس مدل ارائه شده، نیازهای محیطی کارآفرینان انواع نیازهای مالی و اعتباری، تکنولوژی، بازاری، قانونی، آموزشی، مدیریتی، اجتماعی و اقتصادی ذکر شده است.

مدل دیده‌بان جهانی کارآفرینی (1999): مهم‌ترین پژوهش در زمینه توسعه کارآفرینی مربوط به دیده‌بان جهانی کارآفرینی است. این مرکز ائتلافی غیرانتفاعی از گروه علمی- پژوهشی است که هدف آن ارزیابی و ارائه داده‌های معتبر در سطح بین‌المللی در زمینه فعالیت‌های کارآفرینانه است (هاشمی و همکاران، 1385). یکی از فعالیت‌های مهم این مرکز که در سال 1997 توسط دانش‌پژوهان انگلیس،

آمریکا، فنلاند و ایرلند در کالج بابسون و مدرسه بازرگانی لندن و با حمایت مرکز کارآفرینی کافمن آغاز شده است، ارائه پیشنهادهایی بر اساس مطالعه و بررسی سیاست‌های کشورهای مختلف برای توسعه کارآفرینی است.

دیده‌بان جهانی کارآفرینی در سال 1999 جهت تعیین رابطه سیاست‌ها و برنامه‌های دولت‌ها با توسعه کارآفرینی، مدلی مفهومی طراحی و ارزیابی نمود. دیده‌بان جهانی کارآفرینی در این مدل از سیاست‌ها و برنامه‌های دولت، آموزش و پرورش، زیرساخت‌های قانونی و اقتصادی و ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی به‌عنوان عوامل مهمی نام برده که سبب ایجاد فرصت‌ها و توانایی کارآفرینانه می‌شوند. به عبارت دیگر فضای کسب و کار پویا تحت شرایط خاص سیاسی، اقتصادی و اجتماعی در هر جامعه موجب توسعه کارآفرینی و موجبات رشد اقتصادی در هر کشور می‌شود (احمدپور، 1390). اجزای این مدل عبارتند از:

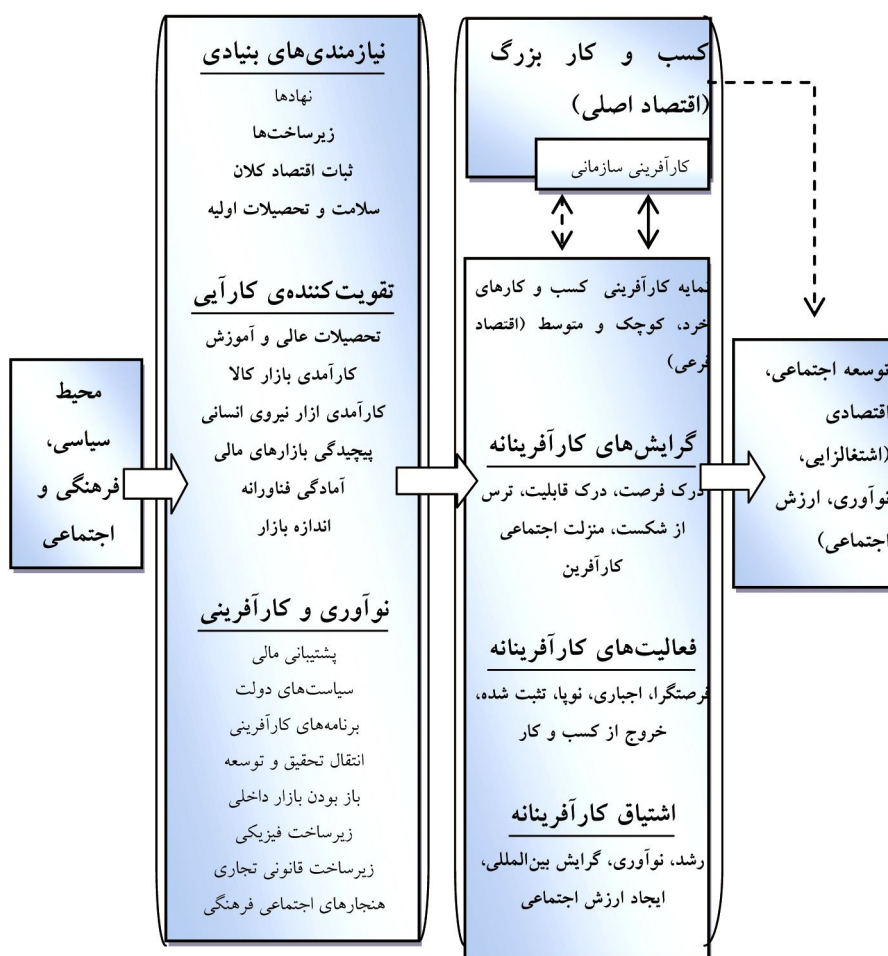
زمینه‌های (محیط) اجتماعی، فرهنگی و سیاسی: با توجه به مدل فرض بر این است که فعالیت‌های کارآفرینانه در یک کشور یا جامعه در بستری از ویژگی‌ها و زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی حاکم بر آن جامعه صورت می‌گیرد که لاینشتاین آن را محدودیت‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی نام نهاده است.

الزامات (نیازمندی‌های) بنیادی: یکی از دو بخش مربوط به شرایط و چارچوب‌های ملی می‌باشد و مجموعه‌ای از مهم‌ترین عناصر مؤثر بر کارآفرینی در کشورهای مبتنی بر عوامل تولید (اقتصاد سنتی) است و متأثر از زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی است. الزامات اساسی شامل مؤسسات، زیرساخت‌ها، ثبات در اقتصاد کلان و آموزش ابتدایی و بهداشت می‌شود.

تقویت‌کننده‌های (ارتقادهنده‌های) کارآیی: از اجزای مربوط به شرایط و چارچوب‌های ملی است که تحت تأثیر زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی است و بیانگر مهم‌ترین عناصر مؤثر بر کارآفرینی در کشورهای با اقتصاد کارآیی محور است. شامل شش مؤلفه: آموزش عالی، کارآیی بازارکالاها، کارآیی بازار نیروی کار، پیچیدگی بازار مالی، آمادگی فناوری و اندازه بازار.

نوآوری و کارآفرینی: بیانگر شرایط و چارچوب‌های کارآفرینانه است و در اقتصادهای نوآوری محور از مهم‌ترین عوامل دخیل در توسعه کارآفرینی در کشورها شناخته می‌شوند و تحت تأثیر زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی قرار دارند. شامل نه مؤلفه: تأمین مالی کارآفرینانه، خط‌مشی‌های دولتی،

برنامه‌های کارآفرینی دولت، آموزش کارآفرینی، انتقال تحقیق و توسعه، زیرساخت تجاری و قانونی برای کارآفرینی، ورود به بازارهای داخلی، زیر ساخت‌های فیزیکی برای کارآفرینی و هنجارهای اجتماعی - فرهنگی.



شکل 6- مدل مفهومی دیده‌بان جهانی کارآفرینی.

شرکت‌های تثبت شده: اولین سازوکار اصلی و مؤثر در کارآفرینی هستند و بیشتر از نیازمندی‌های بنیادی و نیز عوامل تقویت‌کننده کارآیی تأثیر می‌پذیرند. عهده‌دار کسب و کار بین‌المللی در کشورها

می‌باشند و فرض بر این است که اگر شرایط عمومی مانند زیرساخت‌ها و ثبات در اقتصاد کلان کشور به گونه‌ای متناسب توسعه یابد، توان رقابت بین‌المللی شرکت‌های بزرگ که اقتصاد اصلی را شکل می‌دهند، افزایش پیدا می‌کند.

شرکت‌های کوچک و جدید: یا رشد شرکت‌های تثبیت شده یکی از دو عامل مؤثر رشد اقتصاد ملی و نوآوری شغلی و فنی است. با رشد و توسعه این شرکت‌ها، برای کالاها و خدمات در سطح اقتصاد ملی، تقاضا به وجود آمده و شرایط رشد اقتصاد ملی فراهم می‌شود.

کارآفرینی: کانون تمرکز و دومین سازوکار اصلی و محرک در رشد اقتصاد ملی، نقش کارآفرینی در ایجاد و رشد کسب و کارهای جدید است. بخش کارآفرینی طبق مدل شامل سه عنصر اصلی است شامل: گرایش‌ها، فعالیت‌ها و اشتیاق کارآفرینانه.

رشد اقتصاد ملی: رشد اقتصاد ملی، نوآوری شغلی و فنی به‌عنوان نتایج حاصل از فعالیت‌های کارآفرینانه و به‌عنوان هدف نهایی کارآفرینی در این مدل مطرح شده است که مجموعه‌ای است از معیارهای به‌کار گرفته شده برای محاسبه روند مثبت کل خروجی‌های اقتصادی کشورها در طول دوره‌های زمانی که شامل تولید ناخالص داخلی، میزان اشتغال یا بیکاری است.

تحولات کشاورزی: جوامع کشاورزی به‌عنوان نخستین جوامع مولد انسانی، از آغاز تاکنون تحولات گوناگونی را به خود دیده‌اند. اکنون در اوج سومین انقلاب بزرگ در علوم کشاورزی در فاصله زمانی کمتر از 200 سال هستیم که در نهایت تولید مواد غذایی و الیافی را دگرگون خواهد ساخت. استفاده از ماشین‌آلات در انقلاب صنعتی در اواخر قرن نوزدهم تولید انبوه محصولات را ممکن نمود، حال آن‌که انقلاب سبز دهه 1960، پیشرفت‌های علم شیمی را برای پیشبرد جدی حاصل‌خیزی و عملکرد محصولات زراعی عمده به‌کار گرفت. انقلاب جاری در علوم فناوری زیستی ناشی از پیشرفت‌های اخیر در علوم بنیادی زیستی، امکاناتی را در به حداکثر رساندن استعداد ژنتیک گیاهان، دام‌ها و پیشبرد پایداری بلندمدت نظام‌های کشاورزی فراهم نمود. در این عرصه کشاورزی ایران نیز شاهد چنین تغییرات مداومی بوده است.

چالش‌های کشاورزی: کشاورزی ایران با چالش‌هایی نظیر آزادسازی تجاری، دگرگونی در بازار، کاهش حمایت‌های دولت از تولیدکننده، افزایش رقابت در بازارهای جهانی، پیشرفت در زمینه فناوری‌های مرتبط، زیست‌فناوری کشاورزی، سیاست‌های خصوصی‌سازی و کوچک‌سازی ساختار

دولت و در نتیجه دگرگونی در بازار کار کشاورزی، مشکلات اکولوژیکی و اقلیمی نظیر سیل، خشکسالی و تغییر در ذائقه و تقاضای مشتریان مواجه بوده و خواهد بود. ضرورت کارآفرینی کشاورزی: تغییرات صورت گرفته در بازار (جهانی شدن، رشد جمعیت، دگرگونی در بازار کار کشاورزی، امنیت غذایی، رقابتی شدن بازار)، سیاست‌های کشاورزی (حرکت به سوی کشاورزی تجاری مبتنی بر بازار) و خود جامعه (افزایش بیکاری و کم کاری، مباحث زیست محیطی، تنوع زیستی، منابع طبیعی) از عواملی هستند که ضرورت کارآفرینی در کشاورزی را بیش از پیش نمایان می‌سازد. به همان اندازه که جوامع روستایی دستخوش تغییرات اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و جغرافیایی می‌گردند و صنعت کشاورزی فناورانه‌تر می‌شود، نقش کارآفرینی کشاورزی در شکل‌دهی دوباره روستاها پررنگ‌تر می‌گردد. به عبارتی بر اساس مشکلات متعدد از جمله بیکاری (کامل و فصلی) بهره‌وری پایین افراد و منابع، عدم جذابیت سرمایه‌گذاری در کشاورزی، ضعف فضای کسب و کار و مهاجرت بی‌رویه به مناطق شهری، توسعه کارآفرینی کشاورزی را می‌توان به‌عنوان یک ابزار مهم مبارزه با سکون اقتصادی در مناطق روستایی در نظر گرفت چرا که به اعتقاد مک‌الوی (2005) موجب نوسازی و تجدید ساختار کشاورزی خرده‌پا و به‌وجود آوردن محیط کشاورزی نوین به منظور ایجاد و توسعه مشاغل جدید در مناطق روستایی می‌شود. لذا بر اساس تحولات و چالش‌های پیش‌روی بخش کشاورزی، دگرگونی ساختاری در بخش کشاورزی، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است.

نتیجه‌گیری و پیشنهاد

مروری بر تحقیقات پیشین، پیرامون مدل کارآفرینی کشاورزی، گویای نوپا بودن این مفهوم و نهادینه نشدن آن است. بنابراین نیاز به تأمین منابع علمی و بومی، بر اساس تفاوت‌های مکانی - فضایی به‌منظور ساماندهی و حمایت از توسعه کارآفرینی کشاورزی قویاً احساس می‌شود. در مطالعه پیش‌رو تلاش شده با تحلیل رویکردها و مدل‌های عام در زمینه توسعه کارآفرینی، رویکرد و مدل مناسب توسعه کارآفرینی کشاورزی شناسایی و چرایی آن بیان گردد؛ با این هدف که نقشه راهی باشد برای مخاطبان عرصه توسعه کارآفرینی کشاورزی به‌منظور سازماندهی فعالیت‌ها و تدوین برنامه‌های عملیاتی.

اما توسعه کارآفرینی کشاورزی بر اساس چه رویکردی بهترین پاسخ را به سکون اقتصاد روستایی خواهد داد؟

بر اساس تحلیل این مطالعه، نگاه با رویکرد اکولوژیکی می‌تواند بهترین پاسخ به نیازهای بخش کشاورزی باشد؛ چرا که این رویکرد با در نظر داشتن عوامل و عناصر متعدد، شامل ویژگی‌های شخصیتی - فردی، ویژگی‌های دموگرافیکی، مهارت‌های فنی - تخصصی، توانمندی‌های کارآفرینانه، عوامل فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و برنامه‌های حمایتی دولت و عدم اعتقاد به یک مدل یکپارچه کارآفرینی، بلکه اعتقاد به تأثیر شرایط اقتصادی - اجتماعی، محیطی و نیز محیط اقتصادی و فنی - تخصصی گوناگون که مدل‌ها و الگوهای خاص خود را می‌طلبند، رویکردی شایسته و مناسب خواهد بود. نکته اینجاست که در تحقق هر فعالیت کارآفرینانه، از جمله کارآفرینی کشاورزی، فراهم بودن زمینه و برخی از الزامات انجام این دست از فعالیت‌ها ضروری است، این چیزی است که امروز «فضای کارآفرینی» نام گرفته است. این فضا به عوامل کلی اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی تأثیرگذار بر تمایلات و توانایی افراد در عهده‌دار شدن فعالیت‌های کارآفرینانه و نیز وجود خدمات حمایتی که فرآیند تولید را تسهیل می‌کنند اشاره دارد. دیدگاه محیطی رویکرد اکولوژیکی، با نگاه چند بُعدی و پیچیده به پدیده کارآفرینی، عوامل سازمانی و محیطی به عبارتی «فضای کارآفرینی» را قویاً در نظر دارد.

مدل مناسب توسعه کارآفرینی کشاورزی کدام مدل می‌تواند باشد و چرا؟

همان‌طور که در تحلیل مدل‌ها آورده شد، مدل مناسب توسعه کارآفرینی کشاورزی - بر اساس این تعبیر که برخورد صاحب‌نظران بر اساس زمینه علمی و تجربی خود، با مقوله کارآفرینی همچون برخورد افراد نابینایی است که با موجودی مواجه می‌شوند و هر کدام متناسب با عضوی که لمس می‌نمایند به توصیف آن می‌پردازند، لذا درک کامل موضوع کارآفرینی نیازمند داشتن دیدگاه بین رشته‌ای است - مدل دیده‌بان جهانی کارآفرینی است که بر اساس زمینه‌ی علمی و تجربی گروه علمی - پژوهشی بین رشته‌ای، ارائه شده و نسبت به مدل‌های دیگر کامل‌تر است (چرا که عوامل مهمی همچون سیاست‌ها و برنامه‌های دولت، آموزش و پرورش، زیرساخت‌های قانونی و اقتصادی و ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی را موجب ایجاد فرصت‌ها و توانایی کارآفرینانه می‌داند و به عبارتی فضای کسب و کار پویا را تحت شرایط خاص سیاسی، اقتصادی و اجتماعی در هر جامعه، سبب توسعه کارآفرینی و رشد اقتصادی می‌داند)؛ اما نه به صورت مدلی مطلق و واحد (چرا که این مدل در

شرایط ایده آل، طراحی شده است) بلکه ضرورت دارد در هر پژوهش میدانی با توجه به سطح، شرایط و استعدادهای بومی و تفاوت‌های مکانی - فضایی؛ با در نظر داشتن این مدل با جامعیت بالا، مدل مناسب توسعه کارآفرینی کشاورزی طراحی و اجرا گردد.

منابع

1. احمدپور، م.، و مطلبی، م. 1390. ارائه مدل یادگیری مادام‌العمر کارآفرینی با رویکرد تلفیقی: (ارائه شده توسط کنسرسیوم آموزش کارآفرینی). ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی کار و جامعه، 134: 21-37.
2. ازکیا، م. 1383. جامعه‌شناسی توسعه و توسعه‌نیافتگی روستایی ایران. تهران: انتشارات اطلاعات.
3. زالی، م.ر.، و رضوی، م. 1387. «موانع توسعه کارآفرینی در ایران». ناشر: دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران.
4. حیدری‌ساربان، و. 1391. عوامل مؤثر بر تقویت کارآفرینی کشاورزان در مناطق روستایی مطالعه موردی: شهرستان مشکین‌شهر. جغرافیا (فصلنامه علمی - پژوهشی انجمن جغرافیای ایران، 10 (35): 263-278.
5. میرزا امینی، م.ر. 1383. راهکارهای توسعه کارآفرینی و اشتغالزایی روستایی. مجموعه مقالات همایش نقش فناوری اطلاعات در اشتغال سازمان همیاری اشتغال فارغ‌التحصیلان. شورای عالی اطلاع رسانی. تهران: 21-45.
6. هاشمی، س.، ایمنی، س.، مطیعی لنگرودی، ح.، قدیری معصوم، م.، و رضوانی، م.ر. 1385. توسعه کارآفرینی روستایی با تأکید بر نهادهای محلی. پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، 3: 1-26.
7. Delmar, F., and P. Davidson. 2000. Where do they come from? Prevalence and characteristics of nascent entrepreneurs, *Entrepreneurship and Regional Development*, 12: 1-23.
8. Gartner, W. 1985. A Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *Academy of Management Review*, 10: 696-706.
9. Gartner, W.B. 1988. Who is the entrepreneur? Is the wrong question. *American Journal of Small Business*; 32(2): 352-385.
10. Kollermeier, T. 1992. Entrepreneurship and Transition, In I. MacMillan and Birley (eds). *International perspectives on Entrepreneurial Research*.
11. Kuratko, D., and Hodgetts, R. 1989. *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*, (3rd ed) NY: The Dryden Press.

12. McElwee, G. 2005. Developing entrepreneurial skills of farmers. University of Lincoln.
13. McElwee, G. 2008. Taxonomy of entrepreneurial farmers. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business* 6(3): 465-478.
14. Macke, D. 2002. *Public Entrepreneurship*. Centre for Rural Entrepreneurship, Monograph, 10p.
15. Russell, R., Atchison, M. and Brooks, R. 2008. Business plan competitions in tertiary institutions: encouraging entrepreneurship education. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 30(2): 123-138.
16. Tropman, J., and Morningstar G. 1989. *Entrepreneurial systems for the 1990s: their creation, structure, and management*. New York: Quorum Books
17. Warren, M. 2004. Farmer son line: drivers and impediments in adoption of Internet in auk agricultural businesses. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 11(3): 371-381.



Gorgan University of Agricultural
Sciences and Natural Resources

Journal of Entrepreneurship in Agriculture Vol. 2(2), 2015
<http://jead.gau.ac.ir>

An Analysis of approaches and models for the development of entrepreneurship, in development of agricultural entrepreneurship

***SH. Karami¹ and H. Agahi²**

¹Ph.D. Candidate, Dept. of Agricultural Extension and Rural Development, Agriculture and Natural Resource Campus, Razi University, Kermanshah,

²Associate Prof., Dept. of Agricultural Extension and Rural Development, Agriculture and Natural Resource Campus, Razi University, Kermanshah

Received: 3/11/2015; Accepted: 19/11/2015

Abstract

Rural development expertise, apart from policies and strategies of macro-economic development, believe special payment is necessary on the development of rural areas and widespread poverty eradication them. Why so economists believe the most important factor of economic development of rural areas and the agricultural sector is related to poverty alleviation, and politicians believe that, this would be key strategy to prevent social harms in rural areas. Given that one of the important sectors in rural development, is entrepreneurship development in agriculture. Based on this review analytical, aims to evaluate the approaches and models of entrepreneurship development, including: Economic approaches, psychology, sociology, cognitive and ecological (compilation) and entrepreneurship development models; then presentation and explanation of the approach and appropriate model of agricultural entrepreneurship development is conducted. The analysis showed that ecological approach, with a multidimensional perspective and Global Entrepreneurship Model of entrepreneurship not as an absolute model; but based on spatial differences will be appropriate for the development of entrepreneurship in the agricultural sector.

Keywords: Approaches, Models, Development of entrepreneurship, Agricultural entrepreneurship

*Corresponding author: shohrehkarami20@gmail.com

