

طراحی الگوی زیست‌بوم کارآفرینی در کسب‌وکارهای روستایی تعاون‌محور

غلامحسین حسینی‌نیا^{1*} - وحید علی‌آبادی²

پوریا عطایی³

1. دانشیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

2. دانشجوی دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان

3. دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس

تاریخ دریافت: 1398/3/5

تاریخ پذیرش: 1398/6/10

چکیده

کشورهای در حال توسعه تعاونی‌ها توانسته‌اند در قالب‌های کوچک‌مقیاس، بخش قابل‌ملاحظه‌ای از نیروی انسانی را به کار گرفته و سهم‌شان را در تولید ناخالص ملی و حتی همبستگی و وحدت اجتماعی افزایش دهند. بر همین اساس، این پژوهش با هدف طراحی الگوی زیست‌بوم کارآفرینی در کسب‌وکارهای روستایی تعاون‌محور انجام شده است. پژوهش حاضر، کاربردی و از منظر نحوه گردآوری اطلاعات توصیفی-پیمایشی است. برای نیل به هدف پژوهش، از رویکرد تحلیل سلسله‌مراتبی فازی استفاده شد. نخست به منظور شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های زیست‌بوم کارآفرینی در کسب‌وکارهای روستایی تعاون‌محور، به مطالعه عمیق منابع نظری پرداخته شد. جامعه تحقیق 25 نفر از متخصصان کلیدی در زمینه کارآفرینی روستایی بودند که برای ارجحیت‌بندی و سنجش اهمیت نسبی معیارها و زیرمعیارها از آن‌ها استفاده شد. یافته‌های تحلیل سلسله‌مراتبی فازی این نتایج را نشان داد: بُعد سیاسی (حمایت صریح از کارآفرینی تعاون‌محور در اسناد بالادستی کشور)، فرهنگی-اجتماعی (کاهش ریسک مالی در سرمایه‌گذاران محلی)، تأمین مالی (تأمین مالی ارزان‌قیمت کسب‌وکارهای روستایی تعاون‌محور)، بُعد حمایتی (بهبود همه‌جانبه زیرساخت‌ها (ارتباطی، مالی و...)) و بازار (ایجاد شبکه‌های ارتباطی در بین کارآفرینان ایرانی و بین‌المللی)، از اهمیت بیشتری در یک اکوسیستم کارآفرینی در کسب‌وکارهای روستایی تعاون‌محور برخوردارند.

واژه‌های کلیدی: تحلیل سلسله‌مراتبی فازی، زیست‌بوم کارآفرینی، کسب‌وکار تعاون‌محور، کسب‌وکار خانگی

مقدمه

در عصر حاضر با توجه به تحولات پرشتاب جوامع، به تعاونی‌ها به عنوان سازمان‌هایی توجه می‌شود که توان مقابله با عوارض اقتصادی-اجتماعی ناشی از برخی مراحل تعدیل را دارند. برخی از صاحب‌نظران، تعاون را ابزاری بسیار مناسب برای توسعه اقتصادی و اجتماعی و از عوامل اصلی ایجاد اشتغال و کارآفرینی می‌دانند (گندم‌زاده و ثمری، 1388). در ایران نیز این بخش، به عنوان یکی از سه بخش اقتصادی کشور و با هدف ایجاد اشتغال و تأمین عدالت اجتماعی اهمیت بسیار بالایی دارد. در رابطه با ضرورت و نقش حضور تعاونی‌ها در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی می‌توان به مواردی مانند ارتقای مردم‌سالاری، ایجاد بازارهای باز و دستیابی به توسعه اشاره کرد (عطایی و زمانی میاندشتی، 1390؛ ایزدی و همکاران، 1397). از آنجا که درصد قابل توجهی از جمعیت کشور در مناطق روستایی زندگی می‌کنند (معادل 25/93 درصد) و کشاورزی یکی از ارکان سه‌گانه اقتصاد کشور به‌شمار می‌رود، توسعه تعاون، به‌ویژه تعاونی‌های تولیدی، در این بخش بسیار مهم است و می‌تواند به حل بسیاری از مشکلات این بخش کمک کند (مرکز آمار ایران، 1395).

امروزه اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته بر محور کسب‌وکارهای کوچک و متوسط استوار است. کسب‌وکارهای کوچک به دلیل سادگی در ساختار سازمانی، از انعطاف‌پذیری فراوانی در برابر تغییرات و سرعت قابل قبولی در انجام فعالیت‌ها برخوردارند. دولت‌ها باید به‌منظور اطمینان از توسعه و به‌ویژه توسعه روستایی، فرصت‌های یکسان برای تحرک اجتماعی، مشارکت در تصمیم‌گیری و امنیت فراهم کنند (اعظمی و همکاران، 1395؛ عطایی و ایزدی، 1394؛ فیض‌آبادی و زاهدی، 1397). ظهور بنگاه‌های اقتصادی نوآورانه در روستا، همچون سرمایه‌ای است که به رشد و توسعه اقتصادی-فضایی در نواحی روستایی منجر می‌شود (مرادی و جوان، 1397؛ عطایی و همکاران، 1395؛ علی‌آبادی و همکاران، 1395). کارآفرینی پدیده‌ای است فرابخشی و چندوجهی؛ از یک‌سو متأثر از ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی است و از سوی دیگر بر این ابعاد اثرگذار است (موسیوند و همکاران، 1395؛ Yaghoubi Farani et al., 2019). از این‌رو، توسعه کارآفرینی در گرو توجه به موضوعات

مختلف از زوایا و جنبه‌های متعددی است که ضرورت به کارگیری رهیافت زیست‌بوم را روشن می‌کند. زیست‌بوم کارآفرینی به عناصر، افراد، سازمان‌ها یا مؤسسات خارج از فرد کارآفرین اشاره دارد که محرک یا مانع تصمیم فرد برای کارآفرین شدن یا احتمال موفقیت او در صورت راه‌اندازی کسب‌وکار کارآفرینانه‌اند. زیست‌بوم کارآفرینی، محیطی ایجاد می‌کند که تلاش‌های کارآفرینانه را تشویق کند (Isenberg, 2011; Aliabadi et al., 2019; Neck et al., 2004; Roberts and Eesley, 2009; Cohen, 2006).

با این حال این مسئله وجود دارد که راه‌اندازی یک کسب‌وکار در محیط روستایی، در مقایسه با محیط شهری، ممکن است از ابعاد زیست‌بوم کارآفرینی عمومی پیروی نکند. علاوه بر این، اگر کسب‌وکارهای کارآفرینانه در راستای فعالیت‌های تعاون‌محور قرار گیرند، باید به اصول و ابعاد تعاونی‌ها توجه کرد. این درحالی است که بین کسب‌وکارهای کارآفرینانه تعاون‌محور و سایر کسب‌وکارها در محیط‌های روستایی تفاوت‌هایی وجود دارد که لزوم توجه به آن را بیشتر می‌کند. به عنوان مثال، روح حاکم بر کسب‌وکارهای تعاون‌محور، متکی بر مشارکت همه اعضا در فعالیت‌های مختلف (از راه‌اندازی کسب‌وکار تا بازار محصولات) است و هر یک از اعضا سهم مشخصی در کسب‌وکار دارند. از این رو، این پژوهش با هدف طراحی الگوی زیست‌بوم کارآفرینی در کسب‌وکارهای روستایی تعاون‌محور و شناخت ابعاد آن انجام شد.

مروری بر مبانی نظری و پیشینه تحقیق

سورش و رامراج¹ (2012)، بیان داشته‌اند که هشت عامل بر تصمیم‌گیری افراد برای انتخاب مسیر کارآفرینی اثر می‌گذارد که تشکیل‌دهنده زیست‌بوم کارآفرینی‌اند؛ حمایت اخلاقی، اجتماعی، مالی، فناوری، بازار، شبکه، دولت و حمایت محیطی. داهشان² و همکاران (2010)، معتقدند زیست‌بوم به‌طور دینامیک باهم تعامل دارند و بین اقدامات، تقسیم وظایف و هم‌افزایی عناصر زیست‌بوم هماهنگی وجود دارد. درنهایت، آیزنبرگ³ (2011) در مؤسسه جهانی بابسون

1. Suresh and Ramraj
2. Dahshan
3. Isenberg

واژه زیست‌بوم کارآفرینی را توسعه داد. به اعتقاد او زیست‌بوم شامل این عوامل است: (1) بازار (مشتری‌های اولیه و شبکه‌هایی همچون شبکه‌های کارآفرینی و شرکت‌های بین‌المللی)؛ (2) سیاست (شیوه‌های رهبری مستحکم و پشتیبانی از ساختارهای دولت در چارچوب نهادها، چارچوب مقرراتی مشوق‌ها و قانون‌گذاری سرمایه‌پسند)؛ (3) سرمایه مالی (وام‌های خرد، تأمین بودجه سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر و سرمایه‌گذاران)؛ (4) فرهنگ (موفقیت‌های قابل‌مشاهده، تحمل ریسک و شکست و موقعیت اجتماعی کارآفرینان)؛ (5) حمایت‌ها (زیرساخت‌ها، حمایت‌های حرفه‌ای همچون قانون، حسابداری و سازمان‌های غیردولتی)؛ (6) سرمایه انسانی (مؤسسات آموزشی و نیروی کار).

با توجه به شکل‌گیری واژه زیست‌بوم کارآفرینی، واحد تحلیل در مطالعات می‌تواند سطوح سازمان، بازار و زیست‌بوم باشد (Overholm, 2015). در ادبیات رایج کسب و کارها، زیست‌بوم ابزاری حیاتی برای ایجاد اقتصادی انعطاف‌پذیر و براساس نوآوری کارآفرینانه است (Amolo & Migiro, 2015). از طرف دیگر، زیست‌بوم یکی از راهبردهای اشتغال‌زایی و رشد اقتصادی در قالب قوانین اقتصادی کسب و کارهای کوچک‌مقیاس است. از جمله کسب و کارهای خرد و خانگی به‌عنوان منابع مهم درآمد و اشتغال و درنهایت نیروی مهم اثرگذار بر توسعه اقتصادی شناخته می‌شوند (Etzkowitz, 2006). این درحالی است که انتظاری (1397)، معتقد است برای توسعه کارآفرینی در اقتصاد ایران، باید هم‌زمان برای «بهبود کارایی و اثربخشی حکومت و دولت» و «آزادسازی نظام اقتصادی و باز» تلاش شود. ایران از نظر سهولت و مناسب بودن انجام فعالیت‌های اقتصادی میان 183 کشور جهان در رتبه‌های پایانی قرار دارد. براساس ادبیات موجود، عوامل اثرگذار همچون ویژگی‌های مختص بنگاه، صنعت، شاغلان، مخارج و ویژگی‌های کلان اقتصادی که از آن به‌عنوان ویژگی‌های زیست‌بومی یاد می‌شود، حیات یک بنگاه اقتصادی را تحت تأثیر قرار می‌دهند (Cressy, 2006; Boheim et al., 2009; Kauffman Foundation Research Series, 2010). نظریات مطرح‌شده درباره زیست‌بوم-ها و پایداری بنگاه‌های اقتصادی، اغلب متمرکز بر بنگاه‌های بزرگ هستند و علت اصلی ناپایداری بنگاه‌های کوچک محدودیت‌های مالی عنوان کرده‌اند (Salimzadeh et al., 2013). ایجاد و توسعه کسب و کارهای کوچک یکی از رویکردهای بسیار مناسب برای توانمندسازی

روستائیان است. توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط، شاخصی کلیدی در نظام پیشران توسعه به‌شمار می‌رود (Stam and Spigel, 2016). ادبیات مربوط به بنگاه‌های کوچک و متوسط بسیار گسترده بوده و به همین دلیل در کشورهای مختلف تعاریف گوناگونی برای این واحد ارائه شده است. این تعاریف با توجه به ساختار سنی، جمعیتی، فرهنگی و درجه توسعه‌یافتگی متفاوت هستند (آذر و همکاران، 1391؛ Oparaocha, 2015)؛ ولی در زمینه ابعاد زیست‌بوم، کارهای تحقیقی جامعی صورت نگرفته است. به همین دلیل در این تحقیق به دنبال ترسیم ابعاد زیست‌بوم کارآفرینی در کسب‌وکارهای روستایی تعاون‌محور در محیط‌های روستایی هستیم.

عوامل مختلفی در یک زیست‌بوم کارآفرینی وجود دارد که می‌تواند در کسب‌وکار نقش ایفا کند؛ از جمله: عوامل مدیریتی، آموزش مدیران، پاسخ‌گویی و چالاکی راهبردی قوانین، دسترسی به تأمین مالی، ظرفیت منابع انسانی و ظرفیت مدیریت، مهارت‌های بازاریابی و ظرفیت‌های فناوری، تسهیلات بانکی بنگاه‌های کوچک، مدیریت داده‌ها و اطلاعات و نظام‌های اطلاعاتی، سرمایه‌گذاری‌ها، تغییرات در نوع و روش آموزش و نحوه تعامل صنعت با دانشگاه، تسهیلات و حمایت‌های مالی و غیرمالی، راهبردهای افزایش فروشندگان، توسعه روابط عمومی و اطلاع‌رسانی درباره محصولات، فروش محصولات در مناطق جدید و بهبود و اصلاح محصولات کنونی، توسعه و بهبود روابط با مؤسسات آموزشی و سایر خدمات کمکی، ارتقای قابلیت‌های فناورانه و تقویت ظرفیت فرهنگ تعاون و نظام تعاونی در یک جامعه. تمام این عوامل نقش مهمی در فرایند رشد و توسعه کسب‌وکارها برعهده دارند (Benzazoua et al., 2013; Regasa, 2015; Asa & Prasad, 2015; Salimzadeh et al., 2013). میگون پوری و همکاران (1397) نیز سه دسته عوامل منطقه‌ای، فرهنگی و دانشگاهی را بر ایجاد زیست‌بوم کارآفرینانه مؤثر دانسته‌اند. داوری و همکاران (1396)، در پژوهش خود بیان داشته‌اند که مجموعه‌ای از عوامل کارایی یک زیست‌بوم کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهند که به ترتیب عبارتند از: حمایت‌ها، سرمایه انسانی، بازارها، فرهنگ، سیاست و تأمین مالی. قمبرعلی و همکاران (1395)، نتیجه گرفتند که توجه به ابعاد زیست‌بوم کارآفرینی در محتوای سیاست‌های برنامه‌های توسعه، یکسان نبوده و بُعد حمایتی در مقایسه با دیگر ابعاد از اهمیت کمتری برخوردار بوده است. با توجه به این که در کشورهای در حال توسعه تعاونی‌ها توانسته-

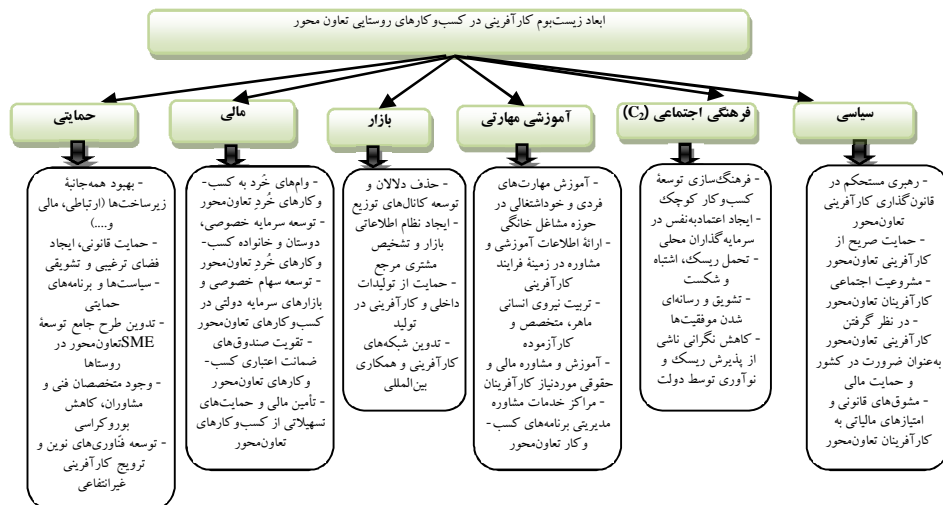
اند در قالب‌های کوچک مقیاس، بخش قابل ملاحظه‌ای از نیروی انسانی را به کار گرفته و سهم-شان را در تولید ناخالص ملی و حتی همبستگی و وحدت اجتماعی افزایش دهند، می‌توان گفت در مجموع سازوکارهای مختلفی از قبیل حمایتی، تسهیلاتی، سیاست‌گذاری، روان‌شناختی، آموزشی، پشتیبانی و غیره می‌تواند در اکوسیستم کارآفرینی شرکت‌های تعاونی اثرگذار باشد. در این تحقیق، این عوامل در کسب و کارهای روستایی که براساس قوانین تعاونی شکل گرفته‌اند، بررسی می‌شوند. همچنین به دنبال ترسیم زیست‌بوم کارآفرینی در کسب و کارهای روستایی تعاون محور بوده‌ایم تا با ارائه راه‌حل‌های مناسب در جهت توسعه هرچه بهتر این نوع تعاونی‌ها در محیط روستایی، گام برداریم.

بر همین اساس با بررسی مبانی نظری و مدل‌های اکوسیستم کارآفرینی، شش مقوله اصلی در قالب مقوله‌های سیاسی، فرهنگی، آموزشی-مهارتی، بازار، مالی و حمایتی-ترغیبی شناخته شده و چارچوب مفهومی تحقیق را شکل دادند. در بُعد سیاسی، پنج زیرمقوله رهبری مستحکم در قانون‌گذاری کارآفرینی تعاون محور، حمایت صریح از کارآفرینی تعاون محور، مشروعیت اجتماعی کارآفرینان تعاون محور، در نظر گرفتن کارآفرینی تعاون محور به عنوان ضرورت در کشور و حمایت مالی، مشوق‌های قانونی و امتیازهای مالیاتی به کارآفرینان تعاونی جای گرفتند. زیرمقوله‌های مورد نظر از تحقیقات کاسیوپو¹ و همکاران (2011)، کاتر² و همکاران (2010)، نوریس³ و همکاران (2008) و باکل⁴ و همکاران (2000) استخراج شدند. در مقوله فرهنگی نیز پنج زیرمقوله در نظر گرفته شد که عبارتند از: فرهنگ‌سازی توسعه کسب و کار کوچک، ایجاد اعتماد به نفس در سرمایه‌گذاران محلی، تحمل ریسک، اشتباه و شکست، تشویق و رسانه‌ای شدن موفقیت‌ها و کاهش نگرانی ناشی از پذیرش ریسک و نوآوری توسط دولت. این زیرمقوله‌ها نیز مستخرج از نتایج پژوهش‌های فاستر⁵ (1997)، باکل و همکاران (2000)، پیسانو⁶ (2012) و کاتر و همکاران (2010) بودند. سومین مقوله، قلمرو آموزشی-

1. Cacioppo
2. Cutter
3. Norris
4. Buckle
5. Foster
6. Pisano

مهارتی بود که شامل زیرمقوله‌های آموزش مهارت‌های فردی و خوداشتغالی در حوزه مشاغل خانگی، ارائه اطلاعات آموزشی و مشاوره در زمینه فرایند کارآفرینی، تربیت نیروی انسانی ماهر، متخصص و کارآزموده، آموزش و مشاوره مالی و حقوقی موردنیاز کارآفرینان و مراکز خدمات مشاوره مدیریتی برنامه‌های کسب‌وکار تعاون‌محور بود. این زیرمقوله‌ها براساس یافته‌های پژوهش‌های مایونگا¹ (2007)، توین² (1999) و پیسانو (2012) به‌دست آمد. در مقوله بازار نیز چهار زیرمقوله حذف دلالتان و توسعه کانال‌های توزیع، ایجاد نظام اطلاعاتی بازار و تشخیص مشتری مرجع، حمایت از تولیدات داخلی و کارآفرینی در تولید و تدوین شبکه‌های کارآفرینانی و همکاری بین‌المللی (Cacioppo et al., 2011; Keck & Sakdapolpak, 2013; Amir et al., 2016) جای گرفتند. مقوله مالی پنج زیرمقوله وام‌های خُرد به کسب‌وکارهای خُرد تعاون‌محور، توسعه سرمایه خصوصی، دوستان و خانواده کسب‌وکارهای خُرد تعاون‌محور، توسعه سهام خصوصی و بازارهای سرمایه دولتی در کسب‌وکارهای تعاون‌محور، تقویت صندوق‌های ضمانت اعتباری کسب‌وکارهای تعاون‌محور و تأمین مالی و حمایت‌های تسهیلاتی از کسب‌وکارهای تعاون‌محور را شامل می‌شد (کوکس³ و همکاران، 2014؛ واردیکر⁴ و همکاران، 2010؛ هالیگیت⁵، 2014). در نهایت، زیرمقوله‌های بهبود همه‌جانبه زیرساخت‌ها (ارتباطی، مالی و...)، حمایت قانونی، ایجاد فضای ترغیبی و تشویقی، تدوین برنامه‌های متنوع برای حمایت از کسب‌وکار، تدوین طرح جامع توسعه کسب‌وکارهای کوچک‌مقیاس تعاون‌محور در روستاها، وجود متخصصان فنی و مشاوران، کاهش بوروکراسی، توسعه فناوری‌های نوین و ترویج کارآفرینی غیرانتفاعی، مقوله حمایتی-ترغیبی را تشکیل دادند. زیرمقوله‌های موردنظر از یافته‌های تحقیقات کیک و ساکداپولپک (2013)، باکل (2000) و گیلبرت⁶ (2010) استخراج شدند.

1. Mayunga
2. Tobin
3. Cox
4. Wardekker
5. Hallegatte
6. Gilbert



نمودار 1. مدل سلسله مراتبی ابعاد زیست‌بوم کارآفرینی در کسب‌وکارهای تعاون محور

روش شناسی

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی است. روش آن کمی و از منظر نحوه گردآوری اطلاعات جزو پژوهش های توصیفی-پیمایشی است. برای نیل به هدف پژوهش از رویکرد تحلیل سلسله مراتبی فازی¹ استفاده شد. دلیل بهره گیری از این رویکرد، این است که عدم اطمینان موجود در قضاوت های ترجیحی در روش تحلیل سلسله مراتبی، عدم اطمینان اولویت بندی گزیدارها را افزایش می دهد و به همان نسبت، تعیین توافق (ثبات منطقی) اولویت ها را مشکل می سازد. بنابراین برای تحلیل سلسله مراتبی فازی مراحل زیر انجام شد:

تعیین وزن معیارها و زیرمعیارها، تعیین اهمیت نسبی فازی هر گزینه نسبت به هر زیرمعیار، بی-مقیاس کردن زیرمعیارها و آزمون نرخ سازگاری ماتریس مقایسه. برای جمع آوری اطلاعات از دو پرسش نامه ارجحیت بندی و سنجش اهمیت نسبی استفاده شد. در پرسش نامه ارجحیت بندی، معیارها و زیرمعیارها نسبت به یکدیگر بررسی می شوند و متخصصان هر معیار یا زیرمعیاری که ارجح تر است، انتخاب می کنند. در پرسش نامه سنجش اهمیت نسبی،

1. Fuzzy Analytic Hierarchy Process (FAHP)

زیرمعیارهای هر معیار براساس اهمیت امتیاز کسب می‌کنند. پرسش‌نامه‌ها شامل شش معیار سیاسی، فرهنگی-اجتماعی، مالی، بازار، حمایتی و آموزشی-مهارتی بودند. با استفاده از روش تحلیل سلسله‌مراتبی فازی به وزن‌دهی معیارها و زیرمعیارهای موجود پرداخته شد. به‌منظور اعتباریابی ابزار تحقیق از نظرات کارشناسی پنج نفر از استادان کارآفرینی و همچنین دو نفر از استادان توسعه روستایی که در حوزه کارآفرینی تخصص داشتند، استفاده شد. در این پژوهش برای تعیین پایایی از فرمول پایایی هولستی استفاده شد که پس از ضرب توافق بین گدگذاران به‌دست آمد و مقدار آن 0/088 بود. برای ارجحیت‌بندی و سنجش اهمیت نسبی معیارها و زیرمعیارها 25 نفر از متخصصان کلیدی در زمینه کارآفرینی روستایی شناسایی شدند (جدول 1).

جدول 1. خبرگان کلیدی در زمینه نظام‌ها و سیستم‌های کارآفرینی

رتبه علمی	رتبه علمی	حوزه تخصصی	گروه	رتبه علمی	حوزه تخصصی
استاد	دانشیار	اقتصادسنجی و منابع	دانشگاه اقتصاد، دانشگاه تهران	دانشیار	مدیریت و اقتصاد دانشگاه رازی
دانشیار	دانشیار	اقتصاد بین‌الملل و توسعه اقتصادی	دانشگاه اقتصاد، دانشگاه تهران	دانشیار	مدیریت و اقتصاد دانشگاه لرستان
استاد	دانشیار	سیستم‌های کلان اقتصادی اجتماعی	دانشگاه اقتصاد دانشگاه ایلام	دانشیار	مدیریت و اقتصاد دانشگاه بوعلی سینا
استاد	دانشیار	اقتصاد محیط‌زیست	دانشگاه اقتصاد، دانشگاه رازی	دانشیار	مدیریت و اقتصاد دانشگاه رازی
دانشیار	دانشیار	اقتصاد خرد و اقتصاد کشاورزی	دانشگاه اقتصاد، دانشگاه کردستان	دانشیار	کسب‌وکار دانشگاه کارآفرینی تهران
دانشیار	دانشیار	اقتصاد کلان	دانشگاه اقتصاد، دانشگاه رازی	دانشیار	مدیریت و اقتصاد دانشگاه رازی
استاد	استادیار	اقتصاد	دانشگاه شهید شریف	دانشیار	مدیریت و اقتصاد دانشگاه رازی
دانشیار	دانشیار	اقتصاد	مدیریت و اقتصاد، دانشگاه رازی	دانشیار	ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا
استاد	دانشیار	اقتصاد	مدیریت دانشگاه بوعلی سینا	دانشیار	اقتصاد دانشگاه بهشتی
دانشیار	دانشیار	اقتصاد	اقتصاد دانشگاه لرستان	دانشیار	مدیریت دانشگاه لرستان
استاد	دانشیار	مدیریت	اقتصاد دانشگاه لرستان	دانشیار	مدیریت و اقتصاد دانشگاه رازی
دانشیار	دانشیار	مدیریت	اقتصاد دانشگاه شیراز	دانشیار	مدیریت دانشگاه رازی
دانشیار		مدیریت	مدیریت دانشگاه بوعلی سینا		

در این راستا از سه معیار برای انتخاب متخصصان بهره گرفته شد: نخست، افراد شناسایی‌شده دارای تجربیات میدانی در زمینه کارآفرینی روستایی باشند؛ دوم، دارای مستندات از قبیل مقاله، کتاب و پروژه تحقیقاتی در زمینه کارآفرینی روستایی باشند؛ و معیار سوم، میزان دسترسی به متخصصان این حوزه برای اولویت‌بندی معیارها و زیرمعیارها بود. در این مرحله از روش نمونه‌گیری ملاک‌محور بهره گرفته شد. متخصصان کلیدی مشارکت‌کننده در پژوهش شامل اعضای هیئت علمی دانشگاه‌های تهران، رازی، کردستان، لرستان، شهید بهشتی، بوعلی سینا، ایلام، شیراز و دانشگاه شریف بودند. حوزه تخصصی مشارکت‌کنندگان در جدول (1)

ارائه شده است. همچنین، متخصصان موردنظر تحقیقات کاربردی و میدانی در زمینه کارآفرینی روستایی داشتند که یکی از ملاک‌های انتخاب آن‌ها در پژوهش بوده است. سپس از متخصصان خواسته شد، به انجام مقایسات زوجی در سطح معیارها و زیرمعیارها پردازند. پس از آن برای محاسبه اعداد فازی در تحلیل سلسله‌مراتبی فازی از روش کونگ و لیو¹ (2005) بهره گرفته شد.

مراحل تجزیه و تحلیل داده‌ها در قالب تحلیل سلسله‌مراتبی فازی با استفاده از نرم‌افزار Expert Choice شامل سه مرحله بود:

1. تعیین وزن معیارها و زیرمعیارها: در این مرحله از تعیین معیارهای اصلی F_i (F_1, F_2, \dots) و زیرمعیارهای C_j (C_1, C_2, \dots, C_m)، وزن آن‌ها یعنی W_{Fi} و W_{Cj} تعیین می‌شود.
2. تعیین اهمیت نسبی فازی هر گزینه نسبت به هر زیرمعیار: گزینه‌های A_i (A_1, A_2, \dots) نسبت به هر یک از معیارهای C_j (C_1, C_2, \dots, C_m) ارزیابی می‌شوند و در نهایت، اهمیت نسبی فازی آن‌ها یعنی AC_{ij} تعیین می‌شود.
3. از آنج که زیرمعیارهای مختلف ممکن است ارزش‌های متفاوتی (مثبت یا منفی) داشته باشند، لازم است قبل از به کارگیری، بی‌مقیاس شوند. به عبارت دیگر، زیرمعیارهای مثبت با بالاترین مقدار باید بیشترین رتبه و معیارهای منفی با بیشترین مقدار باید کمترین رتبه را داشته باشند. در نهایت، برای مقایسه زیرمعیارها از ماتریس مقایسه‌ای استفاده می‌شود. در این ماتریس مقایسه‌ها بر مبنای مقیاس 1 تا 9 انجام می‌شود.

یافته‌ها

پراکنش سنی متخصصان، شامل کمترین 42/3 و بیش‌ترین 63 سال بود که میانگین آن‌ها 46/21 سال به دست آمد. 81 درصد متخصصان مرد و 19 درصد زن بودند. 67 درصد آن‌ها از دانشگاه‌های داخلی و 33 درصد از دانشگاه‌های خارج مدرک دکترا گرفته بودند. 28 درصد دارای مرتبه استادی و 72 درصد دارای درجه دانشیاری بودند.

1. Kong & Liu

جدول 2. وزن و رتبه‌های ابعاد زیست‌بوم کارآفرینی تعاون‌محور در کسب‌وکارهای روستایی

رتبه	اهمیت وزنی	مقیاس عضویت	ابعاد
1	0/365	0/366	بُعد سیاسی
2	0/261	0/261	بُعد فرهنگی و اجتماعی
3	0/172	0/172	بُعد مالی
4	0/162	0/162	بُعد بازار
5	0/142	0/142	بُعد حمایتی
6	0/122	0/122	بُعد آموزشی و مهارتی

در جدول 2، وزن‌ها و رتبه‌های ابعاد زیست‌بوم کارآفرینی تعاون‌محور در کسب‌وکارهای روستایی ارائه شده است. براساس یافته‌های به‌دست آمده، معیار بُعد سیاسی با اختصاص اهمیت وزنی 0/365 در رتبه نخست معیارهای زیست‌بوم کارآفرینی کسب‌وکارهای روستایی تعاون‌محور قرار گرفت. همچنین بررسی‌ها نشان داد، ابعاد فرهنگی و اجتماعی، مالی و بازار به ترتیب دارای بیشترین اهمیت وزنی بودند.

در جدول 3، وزن‌ها و رتبه‌های ابعاد پایداری زیست‌بوم کارآفرینی ارائه شده است. براساس یافته‌های به‌دست آمده، معیار حمایت صریح از کارآفرینی تعاون‌محور در کشور با اهمیت وزنی 0/302، رتبه نخست معیارهای زیست‌بوم کارآفرینی در بُعد سیاسی را به خود اختصاص داد. همچنین بررسی‌ها نشان داد، بُعد در نظر گرفتن زیست‌بوم کارآفرینی کسب‌وکارهای روستایی تعاون‌محور به‌عنوان ضرورت در کشور، حمایت مالی، مشوق‌های قانونی و امتیازهای مالیاتی به کارآفرینان تعاون‌محور به ترتیب دارای بیشترین اهمیت وزنی بودند.

براساس یافته‌های به‌دست آمده مربوط به معیار حمایتی، زیرمعیار بهبود همه‌جانبه زیرساخت‌ها (ارتباطی، مالی و...) با اختصاص اهمیت وزنی 0/311، رتبه نخست معیارهای زیست‌بوم کارآفرینی تعاون‌محور در بُعد حمایتی و ترغیبی را به‌دست آورد. پس از آن، زیرقلمرو حمایتی و ترغیبی از تدوین طرح جامع توسعه کسب‌وکارهای کوچک تعاون‌محور در روستاها، حمایت مالی، مشوق‌های قانونی و امتیازهای مالیاتی به کارآفرینان تعاون‌محور و مشروعیت اجتماعی کارآفرینان تعاون‌محور به ترتیب دارای بیشترین اهمیت وزنی بودند.

در بین زیرمعیارهای بُعد اجتماعی - فرهنگی، زیرمعیار ایجاد اعتماد به نفس در سرمایه‌گذاران محلی با اختصاص اهمیت وزنی 0/309، در رتبه نخست معیارهای زیست‌بوم

کارآفرینی تعاون محور قرار گرفت. همچنین، کاهش نگرانی ناشی از پذیرش ریسک، نوآوری و فرهنگ سازی توسعه کسب و کارهای کوچک به ترتیب دارای بیشترین اهمیت وزنی بودند. براساس یافته‌های به دست آمده در بُعد تأمین مالی، معیار تأمین مالی و حمایت‌های تسهیلاتی از کسب و کارهای تعاون محور با اختصاص اهمیت وزنی 0/261، رتبه نخست معیارهای مالی در زیست بوم کارآفرینی کسب و کارهای خرد تعاون محور را کسب کرد. همچنین، توسعه سهام خصوصی و بازارهای سرمایه دولتی در کسب و کارهای تعاون محور و وام‌های خرد به کسب و کارهای خرد تعاون محور به ترتیب دارای بیشترین اهمیت وزنی بودند. جدول 3. وزن و نرخ ناسازگاری معیارها و زیرمعیارهای زیست بوم کارآفرینی در

کسب و کارهای تعاون محور

معیارها	وزن معیارها	زیرمعیارها	وزن زیر معیارها	وزن نهایی	CR زیر معیار	CR معیار
بُعد فرهنگی و اجتماعی (C1)	0/223	فرهنگ سازی توسعه کسب و کار کوچک تعاون محور در روستا	0/192	0/041	0/02	0/01
		کاهش ریسک مالی در سرمایه گذاران محلی	0/309	0/068		
		تحمل ریسک، اشتباه، شکست	0/154	0/032		
		تشویق و رسانه‌ای شدن موفقیت‌های کارآفرینان روستایی	0/131	0/028		
		کاهش پذیرش ریسک و نوآوری توسط دولت در کسب و کارهای روستایی تعاون-محور	0/209	0/044		
بُعد سیاسی (C2)	0/285	رهبری مستحکم در قانون گذاری کارآفرینی تعاون محور	0/123	0/021	0/03	0/01
		حمایت صریح از کارآفرینی تعاون محور در اسناد بالادستی کشور	0/302	0/048		
		مشروعیت اجتماعی کارآفرینان تعاون محور	0/144	0/028		
		در نظر گرفتن کارآفرینی تعاون محور به عنوان ضرورت در کشور	0/234	0/034		
		حمایت مالی، مشوق‌های قانونی و امتیازهای مالیاتی به کارآفرینان تعاونی	0/211	0/031		
بُعد تأمین مالی (C3)	0/172	توسعه وام با سود کم به کسب و کارهای روستایی تعاون محور	0/162	0/028	0	0/01
		توسعه سرمایه گذاری دوستان و خانواده‌ها در کسب و کارهای روستایی تعاون محور	0/138	0/021		
		توسعه سهام خصوصی و بازارهای سرمایه دولتی در کسب و کارهای تعاون محور	0/241	0/032		
		تقویت صندوق‌های ضمانت اعتباری کسب و کارهای تعاون محور	0/154	0/024		
		تأمین مالی ارزان قیمت از کسب و کارهای تعاون محور	0/275	0/037		
بُعد حمایتی (C4)	0/142	بهبود همه جانبه زیرساخت‌ها (ارتباطی، مالی و...)	0/311	0/038	0/01	0/01
		حمایت قانونی و ایجاد فضای ترغیبی و تشویقی	0/209	0/031		
		تدوین برنامه‌های متنوع برای حمایت از کسب و کار	0/185	0/028		
		تدوین طرح جامع توسعه SME تعاون محور در روستاها	0/214	0/034		
		تأمین متخصصان فنی، مشاوران و کاهش بوروکراسی	0/143	0/025		
		توسعه و ترویج کارآفرینی غیرانتفاعی	0/152	0/021		
بُعد آموزشی و مهارتی (C5)	0/112	آموزش مهارت‌های فردی و خوداشتغالی در حوزه مشاغل خانگی	0/236	0/039	0/01	0/01
		ارائه اطلاعات آموزشی و مشاوره در زمینه فرایند کارآفرینی	0/191	0/034		
		تربیت نیروی انسانی ماهر، متخصص و کارآزموده	0/172	0/030		
		آموزش و مشاوره مالی و حقوقی مورد نیاز کارآفرینان	0/245	0/058		
		مراکز خدمات مشاوره مدیریتی برنامه‌های کسب و کار روستایی	0/188	0/032		
بُعد بازار (C6)	0/161	توسعه کانال‌های توزیع محصولات کسب و کارهای روستایی	0/148	0/021	0/02	0/01
		ایجاد نظام اطلاعاتی بازار و تشخیص مشتری مرجع	0/128	0/028		
		حمایت از تولیدات داخلی و کارآفرینی در تولید	0/188	0/036		
		ایجاد شبکه‌های ارتباطی در بین کارآفرینان ایرانی و بین‌المللی	0/191	0/038		

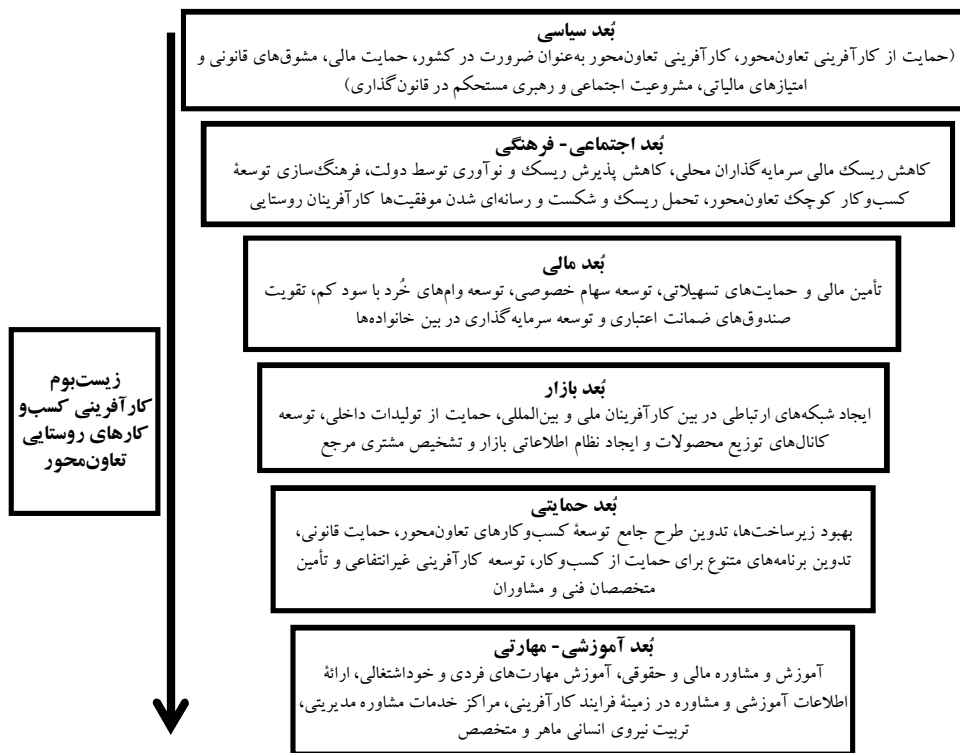
در بین زیرمعیارهای بُعد بازار، زیرمعیار تدوین شبکه‌های کارآفرینی و همکاری بین‌المللی با اختصاص اهمیت وزنی 0/191، در رتبه نخست معیارهای زیست‌بوم کارآفرینی کسب‌وکارهای خُرد تعاون‌محور قرار گرفت. پس از آن، حمایت از تولیدات داخلی و کارآفرینی در تولید، حذف دلالان و توسعه کانال‌های توزیع به ترتیب دارای بیشترین اهمیت وزنی بودند.

براساس یافته‌های به‌دست‌آمده در بُعد آموزشی و مهارتی، زیرمعیار آموزش و مشاوره مالی و حقوقی موردنیاز کارآفرینان با اختصاص اهمیت وزنی 0/245، در رتبه نخست معیارهای زیست‌بوم کارآفرینی کسب‌وکارهای خُرد تعاون‌محور قرار گرفت. همچنین، آموزش مهارت‌های فردی و خوداشتغالی در حوزه مشاغل خانگی و ارائه اطلاعات آموزشی و مشاوره در زمینه فرایند کارآفرینی به ترتیب دارای بیشترین اهمیت وزنی بودند. در ادامه به‌منظور تعیین اهمیت نهایی هر یک از معیارها، به حاصل ضرب اهمیت وزنی زیرمعیارها در معیارها پرداخته شد. لازم به ذکر است که آزمون نرخ سازگاری نشان داد، در تمام موارد نرخ محاسبه‌شده کوچک‌تر از 0/01 است. سایر یافته‌ها در جدول (3) ارائه شده است.

وزن‌دهی ابعاد زیست‌بوم کارآفرینی کسب‌وکارهای روستایی تعاون‌محور براساس اولویت در نمودار (2) ارائه شده است.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش نشان داد: از بین 6 بُعد زیست‌بوم‌های کارآفرینی در کسب‌وکارهای خُرد تعاون‌محور، ابعاد سیاسی، فرهنگی-اجتماعی و تأمین مالی، بیشترین اهمیت را به خود اختصاص داده‌اند. این یافته نمایانگر آن است که بحث ابعاد سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و تأمین مالی می‌تواند سرمنشأ بسیاری از اقدامات و فعالیت‌هایی باشد که به پایداری و توسعه زیست‌بوم کارآفرینی کسب‌وکارهای خُرد تعاون‌محور کمک می‌کند. در واقع، در یک زیست‌بوم کارآفرینی نمی‌توان بُعدی را حذف کرد. ولی می‌توان با توجه به اهمیت ابعاد در شرایط مختص به خود و با توجه به بستر مورد مطالعه، چرخه‌ای را برای بهبود پایداری زیست‌بوم کارآفرینی کسب‌وکارهای خُرد تعاون‌محور تبیین کرد.



نمودار 2. اولویت ابعاد زیست بوم کارآفرینی کسب و کارهای روستایی تعاون محور

ماتریس مقایسه فازی و اهمیت وزنی زیرمعیارها نشان داد: در میان بُعد سیاسی، زیست بوم حمایت صریح از کارآفرینی تعاون محور به عنوان ضرورت در کشور، حمایت مالی، مشوق های قانونی و امتیازهای مالیاتی به کارآفرینان تعاونی دارای بیشترین اهمیت وزنی هستند. همچنین ضمن تأکید بر ظرفیت مسئولیت پذیری، دوراندیشی و برنامه ریزی استراتژیک آن را عاملی برای پاسخ گویی، مقابله، یا انطباق با محیط بیرون می دانند که زمینه تصمیم گیری های موفق را فراهم می آورد. این درحالی است که استحکام قوانین و رهبری پایدار در بُعد کلان اقتصادی کمک شایانی به حفظ پایداری و توسعه یک بنگاه اقتصادی می کند.

دومین بُعد در زیست بوم کارآفرینی کسب و کارهای خُرد تعاون محور از دیدگاه نخبگان، بُعد فرهنگی-اجتماعی است که در سایر چارچوب های ارائه شده کمتر به آن اشاره شده است.

رتبه‌بندی فازی نشان داد: ایجاد اعتماد به نفس در سرمایه‌گذاران محلی، کاهش نگرانی ناشی از پذیرش ریسک و نوآوری توسط دولت و فرهنگ‌سازی توسعه کسب‌وکار کوچک دارای بیشترین اهمیت وزنی است. بُعد فرهنگی-اجتماعی نسبت به سایر ابعاد از توجه کمتری برخوردار بود. درحالی‌که در بین عوامل تقویت‌کننده یا تضعیف‌کننده کارآفرینی، فرهنگ عامل بسیار مهم و حیاتی تلقی می‌شود، به طوری‌که ارزش‌ها و هنجارهای جامعه تا حد زیادی بر توسعه کارآفرینی تأثیر می‌گذارد. در نتیجه، نوع نگرش‌ها، ارزش‌ها و هنجارهای موجود سطح فرهنگ را تعیین کرده و در نهایت، چگونگی رشد، پیشرفت و نوآوری را فرهنگ موجود رقم می‌زند. سایر محققان (Batjargal & Liu, 2004; Kwon & Arenius, 2010; Jawahar & Nigama, 2011; Santarelli & Tran, 2012) نیز به این موضوع اشاره کرده‌اند. در این زمینه، رسانه‌های جمعی نقش مهمی ایفا می‌کنند. بنابراین، ایجاد و تقویت ارزش‌ها و رفتارهای کارآفرینانه با عنوان فرهنگ کارآفرینی باید از مؤلفه‌های اصلی در توسعه کارآفرینی باشد و در قالب سیاست‌ها و برنامه‌های تشویقی و ترویجی در تمام سطوح و ساختارهای اجتماعی پیگیری شود.

سومین بُعد در زیست‌بوم کارآفرینی کسب‌وکارهای خرد تعاون‌محور از دیدگاه نخبگان، تأمین مالی است. برخی پیشنهادها در جهت این عامل عبارت‌اند از: تأمین مالی و حمایت‌های تسهیلاتی از کسب‌وکارهای تعاون‌محور، توسعه سهام خصوصی و بازارهای سرمایه دولتی در کسب‌وکارهای تعاون‌محور، وام‌های خرد به کسب‌وکارهای خرد تعاون‌محور و توسعه صندوق‌های ضمانت اعتباری کسب‌وکارهای تعاون‌محور. مطالعات مختلفی (Shepherd and Patzelt, 2010; Spence et al., 2011; Butler et al., 2015) نیز این عامل را در توسعه شرکت‌های کارآفرینی، تعاونی و کسب‌وکارهای کوچک معرفی کرده و یا از متغیرهای مربوط به این عامل نام برده‌اند.

چهارمین بُعد در زیست‌بوم کارآفرینی کسب‌وکارهای خرد تعاون‌محور از دیدگاه نخبگان بُعد حمایتی-ترغیبی است. برخی اولویت‌ها در راستای این مقوله عبارت‌اند از: بهبود همه‌جانبه زیرساخت‌ها (ارتباطی، مالی و...)، تدوین طرح جامع توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط تعاون‌محور در روستاها، حمایت قانونی و ایجاد فضای ترغیبی و تشویقی.

پنجمین بُعد در زیست بوم کارآفرینی کسب و کارهای خرد تعاون محور از دیدگاه نخبگان، بازار است. برخی پیشنهادها در جهت این عامل عبارت‌اند از: تدوین شبکه‌های کارآفرینی و همکاری بین‌المللی، حمایت از تولیدات داخلی و کارآفرینی در تولید، حذف دلالان و توسعه کانال‌های توزیع. برخی محققان (Christina et al., 2014; Ismail et al., 2014; Fuerlinger et al., 2015; Jaonsson et al., 2017) نیز این عامل را در توسعه شرکت‌های کارآفرینی، تعاونی و کسب و کارهای کوچک معرفی کرده و یا حداقل از متغیرهای مربوط به این عامل نام برده‌اند. با بررسی‌های متعدد در ادبیات تحقیق و بررسی ابعاد زیست بوم کارآفرینی می‌توان نتیجه گرفت: با توجه به شرایط ایران و اهمیت عنصر اجتماعی و سرمایه اجتماعی در موفقیت کارآفرینان، نظام اجتماعی نیز برای بهبود و توسعه زیست بوم کارآفرینی در کسب و کارهای خرد تعاون محور باید اضافه شود و از اهمیت بسزایی برخوردار است.

با توجه به معیارهای بُعد فرهنگی-اجتماعی می‌توان این موارد را پیشنهاد کرد: افزایش سطح اطمینان در ایجادکنندگان کسب و کارهای خرد تعاون محور در روستا، حمایت‌های لازم به منظور کاهش یا رفع نگرانی‌های اولیه، نهادینه‌سازی و استفاده از وسایل ارتباط جمعی برای ترغیب به شروع فعالیت‌های تولیدی در قالب کسب و کارهای خرد تعاون محور، ایجاد و تقویت حس اعتماد به نفس و جسارت لازم برای شروع کسب و کار، منزلت بخشیدن به فعالان موفق کسب و کارهای خرد تعاون محور در روستاها و تشویق آنان. بدون شک توسعه زیست بوم کارآفرینی کسب و کارهای روستایی در جامعه نیازمند شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های درگیر در آن است. در این میان، حمایت از کارآفرینان در قالب تشکل‌های تعاونی و توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه در آن‌ها راه‌حل مناسبی است.

از نظر اقتصادی، فعالیت تعاونی‌ها به واحدهای کوچک و متوسط محدود می‌شود که باید آن‌ها را توسعه داد و واحدهای بزرگ‌تری ایجاد کرد. شرکت‌های تعاونی می‌توانند از روش‌های مختلف برای توسعه کارآفرینی برحسب شرایطی که در آن قرار دارند، استفاده کنند. تدوین راهبردهای اساسی، سیاست‌گذاری‌های بلندمدت و تعاملات هدفمند بین‌بخشی برای استفاده از ظرفیت‌های بالقوه موجود در روستاهای کشور می‌تواند اکوسیستم کارآفرینی در ایران را بهبود بخشد.

با توجه به تجارب کشورهای موفق در عرصه کارآفرینی و نیز با بهره‌گیری از مطالعات و مستندات در دسترس، امکان سیاست‌گذاری در همه سطوح سیاستی در توسعه زیست‌بوم کارآفرینی در کسب‌وکارهای روستایی دور از امکان نیست. برای این کار تشکیل گروه‌های کانونی متشکل از ذی‌نفعان، در تدوین و اعتبارسنجی سیاست‌ها و برنامه‌ها در یک زیست‌بوم ضرورت دارد.

با توجه به گستردگی عوامل اثرگذار بر زیست‌بوم کارآفرینی در کسب‌وکارهای روستایی، هماهنگی بین نهادهای مؤثر و همسوسازی سیاست‌های حمایتی، فرهنگی، اجتماعی و آموزشی-مهارتی امری گریزناپذیر است. به‌علاوه، وجود یک دستگاه متولی برای هماهنگ‌سازی تلاش‌ها، بهبود نظام کارآفرینی و پایش مستمر آن در سطوح ملی و منطقه‌ای ضروری است. همچنین، پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی ابعاد زیست‌بوم کارآفرینی در کسب‌وکارهای روستایی تعاون‌محور با کسب‌وکارهای محیط شهری مقایسه شده و نقاط ضعف و قوت هر یک از ابعاد زیست‌بوم کارآفرینی در این کسب‌وکارها مشخص شود. از این طریق شرایط توسعه کسب‌وکارهای روستایی تعاون‌محور تسهیل خواهد شد. علاوه‌براین، می‌توان در پژوهش‌های آتی ابعاد زیست‌بوم کارآفرینی سبز در کسب‌وکارهای روستایی تعاون‌محور را مورد بررسی قرار داد.

منابع

- آذر، عادل؛ صادقی، آرش و کردنائیج، اسدالله (1391). اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر موفقیت کسب و کارهای کوچک و متوسط حوزه فناوری‌های برتر - رویکرد فرایند تحلیل شبکه‌ای فازی. توسعه کارآفرینی، 5(2): 165-184.
- اعظمی، موسی؛ عطایی، پوریا؛ علی‌آبادی، وحید و موسیوند، مریم (1395). ارزیابی تأثیر مؤلفه‌های توانمندسازی روان‌شناختی بر مشارکت اجتماعی زنان در سازمان‌های اجتماع - محور: کاربرد معادلات ساختاری. زن و جامعه، 7(1): 143-162.
- انتظاری، یعقوب (1397). زیست‌بوم کارآفرینی نوآورانه: الگوی عمومی و پیام‌هایی برای ایران. توسعه کارآفرینی، 11(1): 21-40.
- ایزدی، نسیم؛ عطایی، پوریا و یعقوبی فرانی، احمد (1397). تبیین جامعه‌شناختی مشکلات تعاونی‌های زنان با تمرکز بر توانمندی‌های موردنیاز مدیران. زن و فرهنگ، 10(37): 39-25.
- داوری، علی؛ سفیدبری، لیلا و باقرصاد، وجیه (1396). عوامل اکوسیستم کارآفرینی ایران براساس مدل آیزنبرگ. توسعه کارآفرینی، 10(1): 101-120.
- عطایی، پوریا و زمانی میاندشتی، ناصر (1390). نقش تعاونی‌های زنان روستایی در توانمندسازی اعضا. تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، 3-42(3): 433-444.
- عطایی، پوریا و ایزدی، نسیم (1394). سازه‌های تأثیرگذار بر زیان‌دهی تعاونی‌های روستایی (مورد مطالعه: تعاونی روستایی امیرکبیر در استان فارس). علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران، 11(1): 181-196.
- عطایی، پوریا؛ ایزدی، نسیم و یعقوبی فرانی، احمد (1395). مستندسازی تجربیات مدیریتی تعاونی‌های تولیدی موفق استان همدان. تعاون و کشاورزی، 5(18): 1-28.
- علی‌آبادی، وحید؛ عطایی، پوریا و موحدی، رضا (1395). بررسی تأثیر تفکر استراتژیک و سرمایه اجتماعی بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در بین جوانان روستایی. پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، 5(2): 95-110.

قمبرعلی، رضوان؛ آگهی، حسین؛ علی‌بیگی، امیرحسین و زرافشانی، کیومرث (1395).
واکاوی محتوای سیاست‌ها در تطابق با ابعاد اکوسیستم کارآفرینی. توسعه کارآفرینی،
(1): 39-58.

گندم‌زاده، راضیه و ثمری، داوود (1388). عوامل مؤثر بر گرایش کشاورزان به عضویت در
تعاونی‌های تولید شهرستان طبس. تعاون و کشاورزی، 20(212): 91-104.
مرادی حوریه و جوان، فرهاد (1397). عوامل مؤثر بر شکل‌گیری بنگاه‌های اقتصادی
کارآفرینانه در روستاهای شهرستان کرمانشاه، اقتصاد فضا و توسعه روستایی، 7(23): 39-
19

مرکز آمار ایران (1395). نتایج کلی سرشماری نفوس و مسکن در سال 1395. معاونت برنامه و
بودجه، مرکز آمار ایران.

موسیوند، مریم؛ صفایی شکیب، علی؛ عطایی، پوریا و عبدالملکی، بابک (1395). تحلیل تأثیر
مؤلفه‌های سرمایه روان‌شناختی بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه کارکنان سازمان جهاد
کشاورزی استان همدان. پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی، 6(23): 55-64.

میگون پوری، محمدرضا؛ عربیون، ابولقاسم؛ پوربصیر، محمدمهدی و مبینی دهکردی، علی
(1397). مدل‌سازی و پیکره‌بندی عوامل اثرگذار بر ایجاد اکوسیستم کارآفرینی پردیس
دانشگاهی. توسعه کارآفرینی، 11(3): 541-560.

فیض‌آبادی، یاسر و زاهدی، شبنم (1397). تحلیل نابرابری‌های اقتصادی-اجتماعی توسعه در
نواحی روستایی ایران، فصل‌نامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، 7(2): 23-37.

Aliabadi, V., Ataei, P., Gholamrezai, S., & Aazami, A. (2019). Components of sustainability of entrepreneurial ecosystems in knowledge-intensive enterprises: The application of fuzzy analytic hierarchy process. *Small Enterprise Research*, 26(3), 288-306.

Amir, A. F., Ghapar, A. A., Jamal, S. A. & Ahmad, K. N. (2015). Sustainable tourism development: a study on community resilience for rural tourism in Malaysia. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 168: 116-122.

Amolo, J., & Migiros, S. O. (2015). An entrepreneurial flair development: the role of anecosystem. *Problems and Perspectives in Management*, 13(2): 494-505.

Asa, A., & Prasad, N. (2015). Analysis on the Factors that Determine Sustainable Growth of Small Firms in Namibia. *Journal on Innovation and Sustainability*, 6(2), 72-79.

Batjargal, B., & Liu, M. (2004). Entrepreneurs' access to private equity in China: The

- role of social capital. *Organization Science*, 15(2): 159–172.
- Benzazoua Bouazza, A., Ardjouman, D., & Abada, O. (2015). Establishing the Factors Affecting the Growth of Small and Medium-sized Enterprises in Algeri. *American International Journal of Social Science*, 4(2): 101-115.
- Boheim, R., Stiglbaure, A., & Winter-Ebmer R. (2009). On the Persistence of Job Creation in Old and New Firms. *Economics Letters*, 105: 17-19.
- Buckle, P., Mars, G., & Smale, R. S. (2000). New approaches to assessing vulnerability and resilience. *Australian journal of emergency management*, 15: 8-14.
- Butler, J., Garg, R., & Stephens, B. (2015). Social Networks, Funding, and Regional Advantages in Technology Entrepreneurship. *Information Systems Research* (Forthcoming). Available at: <https://ssrn.com/abstract=2668918> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2668918>
- Cacioppo, J. T., Reis, H. T., & Zautra, A. J. (2011). Social resilience, the value of social fitness with an application to the military. *American Psychological Association*, 66: 43-51.
- Chou, S. Y., Chang, Y. H., & Shen, C.Y. (2008). A fuzzy simple additive weighting system under group decision-making for facility location selection with objective/subjective attributes. *European Journal of Operational Research*, 189: 132-145.
- Christina, B., Neelufer, A., & AlAmri, S. (2014). Challenges and barriers encountered by the SMEs owners in Muscat. *Journal of Small Business and Entrepreneurship Research*, 12(3): 1-13.
- Cohen, B. (2006). Sustainable valley entrepreneurial ecosystems. *Business Strategy and the Environment*, 15(1), 1-14.
- Cox E., Broadbridge, A., & Raikes, L. (2014). *Building economic resilience? An analysis of local enterprise partnerships' plans*. Institute for public policy research, IPPR North.
- Cressy, R. (2006). Why do most firms die Young?" *Small Business Economics*, 26(2): 103-16.
- Cutter, S. L., Burton, C. G., & Emrich, C. T. (2010). Disaster resilience indicator for benchmarking baseline conditions. *Journal of Homeland Security and Emergency Management*, 7: 1-21.
- Dahshan, M., Tolba, A., & Badreldin, T. (2010). Enabling entrepreneurship in Egypt: toward a sustainable dynamic model Cairo: Entrepreneurs Business Forum-Egypt.
- Etzkowitz, H. (2006). The Entrepreneurial University and the Triple Helix as a Development Paradigm. Conference on Launching a Program to Transform University -Industry-Government Relations in Ethiopia; May, 29-31, United Nations Conference Center; Addis Ababa Ethiopia.
- Foster, H. D. (1997). *The Ozymandias principles: thirty-one strategies for surviving change*. Southdowne Press, Victoria, B.C.
- Fuerlinger, G., Fandl, U., & Funke, T., (2015). The role of the state in the entrepreneurship ecosystem: insights from Germany. *Triple Helix*, 2(1): 1-26
- Gilbert, S. (2010). *Disaster resilience: a guide to the literature*. NIST special publication, Office of applied economics, engineering laboratory, national institute of standards and technology, Gaithersburg, MD.
- Hallegatte, S. (2014). Economic resilience: definition and measurement. *Policy*

- Research Working Paper*, 1: 1-46.
- Isenberg, D. (2011). The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: principles for cultivating entrepreneurship. Presentation at the Institute of International and European Affairs, May 12, 2011, Dublin, Ireland. Available at <http://entrepreneurial-revolution.com/> 1-32.
- Ismail, M. D., Ahmad Domil, A. K., & Isa, A. M. (2014). Managerial competence, relationship quality and competitive advantage among SME exporters. *Procardia of Social and Behavioral Sciences*, 115: 138-146.
- Jaonsson, J., Nilsson, J., Modig, F., & Hed val, G. (2017). Commitment to sustainability in small and medium-sized enterprises: The influence of strategic orientations and management values. *Business Strategy and the Environment*, 26: 69-83.
- Jawahar, D., & Nigama, K. (2011). The Influence of Social Capital on Entrepreneurial Opportunity Recognition Behavior. *International Journal of Economics and Management*, 5(1): 351– 368.
- Kauffman Foundation Research Series. (2010). Firm Formation and Economic Growth, Tim Kane, Ewing Marion Kauffman Foundation, the Importance of Startups in Job Creation and Job Destruction.
- Keck, M., & Saktapolrak, P. (2013). What is social resilience? Lessons learned and ways forward. *Erkunde*, 67: 5-19.
- Kong, F., & Liu, H. (2005). Applying fuzzy analytic hierarchy process to evaluate success factors of E-commerce. *International Journal of Information and Systems Sciences*, 1: 406- 412.
- Kwon, S., & Arenius, P. (2010). Nations of Entrepreneurs: A social capital perspective. *Journal of Business Venturing*, 25: 315- 330.
- Lu, J., Zhang, G., Ruan, D., & Wu, F. (2007). Multi objective group decision making: Method, Software and application with fuzzy soft technology. London: Imperial College Press.
- Mayunga, J. S. (2007). *Understanding and applying the concept of community disaster resilience: a capital based approach*. Department of landscape architecture and urban planning, hazard reduction & recovery center, Texas A&M University, USA.
- Neck, H.M., Meyer, G.D., Cohen, B., & Corbett, A.C. (2004). An entrepreneurial system view of new venture creation. *Journal of Small Business Management*, 42(2): 190-208.
- Norris, F. H., Stevens, S. P., Pfefferbaum, B., Wyche, K. F., & Pfefferbaum, R. L. (2008). Community resilience as a metaphor, theory, set of capacities, and strategy for disaster readiness. *American Journal of Community Psychology*, 41: 150-161.
- OECD. (2015). *New Approaches to SME and Entrepreneurship Financing: Broadening the Range of Instruments*, OECD Publishing
- Oparaocha, G. O. (2015). SMEs and international entrepreneurship: An institutional network perspective. *International Business Review*, 24(5): 861-873.
- Overholm, H., (2015). Collectively created opportunities in emerging ecosystems: The case of solar service ventures. *Technovation*, 39: 14–25.
- Pisano, U. (2012). *Resilience and sustainable development: theory of resilience, systems thinking and adaptive governance*. European sustainable development network (ENSD).
- Regasa, D. G. (2015). External Factors Affecting Firm Growth: Evidence from

- SmallScale Manufacturing Firms in Tigray Regional State of Ethiopia. *International Journal of Management and Business Research*, 5(4): 279-286.
- Roberts, R. Y., & Eesley, E. (2009). *Entrepreneurial impact: the role of MIT*. MIT Press.
- Salimzadeh, P., Courvisanos, J., & Ravi Nayak, R. (2013). Sustainability in Small andMedium Sized Enterprises in Regional Australia: A Framework of Analysis, 26thAnnual SEAANZ Conference Proceedings Small Enterprise Association of Australia and New Zealand.
- Santarelli, E. & Tran, H. (2012). The Interplay of Human and Social Capital in Shaping Entrepreneurial Performance, University of Bologna, Department of Economics, Quaderni - Working Paper DSE N° 803.
- Shepherd, D., & Patzelt, H. (2010). The New Field of Sustainable Entrepreneurship: Studying Entrepreneurial Action Linking “What is to be sustained” with “What is to be developed”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35: 137-163.
- Spence, M., Gherib, J. B. B., & Biwolé, V.O. (2011). Sustainable Entrepreneurship: Is Entrepreneurial Will Enough? A North-South Comparison. *Journal of Business Ethics*, 99(3): 335-367
- Stam, E., & Spigel, B. (2016). Entrepreneurial Ecosystems. . In R. Blackburn, D. De Clercq, J. Heinonen, & Z. Wang (Eds.), *Handbook for Entrepreneurship and Small Business*. London, UK: Sage.
- Suresh, J., & Ramraj, R. (2012). Entrepreneurial ecosystem: case study on the influence of environmental factors on entrepreneurial success, *European Journal of Business and Management*, 4(16): 95-101.
- Tobin, G. A. (1999). Sustainability and community resilience: the holy grail of hazards planning? *Global Environmental Change Part B: Environmental Hazards*, 1: 13-25.
- Wardekker, J. A., Jong, A., Knoop, J. M., & Sluijs, J. P. (2010). Operationalising a resilience approach to adapting an urban delta to uncertain climate changes. *Technological Forecasting & Social Change*, 77: 987-998.
- Yaghoubi Farani, A., Karimi, S., Izadi, N., & Ataei, P. (2019). Effect of Virtual Social Networks on Entrepreneurial Behavior of Agricultural Students. *Applied Economics*, 51(21): 2326-2335.