



دانشگاه گوارزی و منابع طبیعی

نشریه کارآفرینی در کشاورزی

جلد هفتم، شماره سوم، پاییز ۱۳۹۹

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

صفحات: ۱-۱۶

DOI: 10.22069/jead.2021.19085.1476

پیشبرد توسعه روستایی از طریق زیست‌بوم کارآفرینی

زینب حلاج^۱، مسعود بیژنی^{۲*}، نگین فلاح‌حقیقی^۳

^۱دانش‌آموخته کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

^۲دانشیار، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

^۳استادیار، گروه نوآوری و کارآفرینی، پژوهشکده مطالعات فناوری‌های نوین، سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۰۵؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۲/۲۴

چکیده

ضرورت توجه به کارآفرینی برای حفظ امنیت اقتصادی روستا در برنامه‌های توسعه روستایی بسیار حائز اهمیت می‌باشد. این درحالی است که توسعه کارآفرینی می‌تواند از طریق درک عمیق زیست‌بوم کارآفرینی شتاب گیرد. هدف از این پژوهش، تحلیل اهمیت زیست‌بوم کارآفرینی و شناسایی جایگاه آن در توسعه روستایی بود. روش این پژوهش بر اساس مرور مطالعات بود. نتایج حاکی از آن بود که توسعه و ایجاد زیست‌بوم کارآفرینی متشکل از فضاهای اجتماعی، اقتصادی و جغرافیایی است که در آن کارآفرینان در زیرساخت‌های پشتیبانی سخت و نرم با هم کار می‌کنند تا ضمن تولید و توسعه مشاغل جدید، بومی‌سازی کارآفرینی روستایی براساس ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و شرایط محیطی حاکم بر روستاها محقق شود. در واقع، با درک زیست‌بوم کارآفرینی، امکان آموزش کارآفرینان، فراهم نمودن زیرساخت‌های کارآفرینی و نیز سرمایه‌گذاری بر روی آنان، تسهیل می‌گردد. این امر مستلزم مشارکت جامعه روستایی است که رابطه معنی‌داری با افزایش فعالیت‌های کارآفرینی و توسعه اقتصادی و اجتماعی محیط‌های روستایی دارد. بی‌شک، هر منطقه‌ای باید بر پایه شرایط اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و موقعیت جغرافیایی خود، زیست‌بوم کارآفرینی متفاوت و متناسب با خودش را داشته باشد تا فعالیت‌های کارآفرینانه بتوانند بهترین عملکرد را از خود نشان دهند. در این راستا، سیاست‌گذاری باید بر اساس مزیت‌های خاص هر منطقه روستایی با تسهیل‌گری دولت و جلب مشارکت حداکثری سرمایه‌های مالی، انسانی، حمایت‌ها و ظرفیت‌ها با تمرکز بر شرایط محلی و اصلاح و توسعه قوانین و مقررات حقوقی مطلوب صورت گیرد.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی روستایی، رهیافت زیست‌بوم، تغییر کارآفرینانه، سیاست‌گذاری.

مقدمه

توسعه روستایی متفاوت از همتای شهری خود نیست و دغدغه‌ی بسیاری از کشورهای در حال توسعه، به ویژه در روستاها، مسأله تدوین و اجرای برنامه‌های توسعه پایدار و نیل به زندگی بهتر می‌باشد (هشیاری، ۱۳۹۱). پایداری فضاها و روستایی در ابعاد مختلف می‌تواند نقش مؤثری در توسعه منطقه‌ای و ملی داشته باشد و اگر در جریان پیشرفت و توسعه فضاها و روستایی وقفه‌ای ایجاد شود آثار و پیامدهای آن نه تنها حوزه‌های روستایی، بلکه مناطق شهری را در بر خواهد گرفت، چرا که اساساً حوزه‌های روستایی به عنوان قاعده نظام و فعالیت ملی نقش اساسی در توسعه ملی ایفا می‌کند (رضوانی، ۱۳۸۳). جهت جلوگیری از ناپایداری روستاها در ابعاد مختلف و در چارچوب الگوی توسعه پایدار روستایی، برنامه‌ریزی در جهت تنوع فعالیت در نواحی روستایی دارای اولویت اساسی است (محمدی‌یگانه و ولایی، ۱۳۹۳). این در حالی است که بسیاری از روستاها در کشورهای در حال توسعه برای بقای خود با محدودیت شدید منابع مولد اقتصادی روبه‌رو هستند؛ چرا که اشتغال و درآمدهای حاصل از فعالیت‌های کشاورزی به تنهایی توانایی نگهداشت جمعیت در حال رشد آنها را نداشته و سبب افزایش آسیب‌پذیری و شکنندگی شرایط اقتصادی آنان شده است (Zamora, 2011). در ایران نیز که شالوده اقتصاد روستا و فلسفه ماندگاری روستاییان فعالیت در بخش کشاورزی است (منافی‌آذر و شیخی‌کوهسار، ۱۳۹۱)، کارایی تولید کشاورزی به دلیل پایین بودن سطح فناوری، بهره‌وری زمین و نیروی کار، محدود بوده (رضوانی و همکاران، ۱۳۹۱) و مهاجرت روستاییان به نواحی شهری برای دسترسی به اشتغال و حل مسائل اقتصادی، مشکلات بسیار زیادی مانند حاشیه‌نشینی، کاهش کیفیت زندگی،

بیکاری، افزایش جرم و بزهکاری در شهرها را به همراه داشته است (رضوانی، ۱۳۸۳). به همین دلیل، می‌باید گزینه‌های جدیدی با استفاده از منابع محلی و ظرفیت‌های موجود در مناطق روستایی مورد توجه قرار گیرد (Zamora, 2011). این در حالی است که امروزه نقش و اثرگذاری کارآفرینی بر روند رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع به طور کامل آشکار شده است به حدی که برخی اقتصاددانان، کارآفرینی را موتور اقتصاد و توسعه (Boutillier, 2013) و یک فرآیند اساسی از جغرافیای اقتصادی می‌دانند (Stam, 2007).

تصمیم‌گیری برای کارآفرینی در محیطی خلاء و خارج از بستر محلی یا منطقه‌ای که فرد در آن حضور دارد، انجام نمی‌گیرد (Stam and Spigel, 2016). یکی از مسیرهای مهم و نیازمند توجه و اقدام در مورد بروز و رشد رفتارهای کارآفرینی در کشور، اتخاذ رویکرد بیوسیستمی به معنای در نظر گرفتن سیستم تعاملی بین موجودات و محیط آن‌ها است (مؤمنی‌هلالی، ۱۳۹۹). امروزه، توسعه روستاها در مقایسه با گذشته پیوند گسترده‌تری با مفهوم کارآفرینی پیدا کرده و مؤسسات و اشخاص صاحب‌نظر در توسعه روستایی، ایجاد کارآفرینی را به عنوان شیوه‌ای مداخله‌جویانه در توسعه می‌دانند که می‌تواند روند توسعه روستاها را تسریع کند (نجفی‌کانی و همکاران، ۱۳۹۴). بنابراین، می‌توان اذعان داشت که توسعه کارآفرینی می‌تواند مؤلفه‌ای تأثیرگذار در روند تسریع توسعه روستایی باشد و منجر به بهبود فرصت‌های شغلی و به تبع آن درآمد کشاورزان و سایر مشاغل گردیده و دستیابی به کیفیت زندگی بهتر، محیط‌زیست سالم و شکوفایی اقتصاد را فراهم آورد (رضوانی و نجارزاده، ۱۳۸۷). پذیرش این تفکر که کارآفرینی به تنهایی توسعه روستایی و افزایش مشاغل روستایی را به دنبال دارد، نیازمند

روستایی پدیده‌ای است که در آن باید مؤلفه‌های نهادی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، فناوری و فیزیکی به طور همه‌جانبه ارتقا یابند تا زمینه بهبود کیفیت زندگی اجتماعی و اقتصادی ساکنان روستا فراهم گردد (شهیدی و همکاران، ۱۳۸۷). بنابراین، فرآیند توسعه روستایی نظامی منسجم است که زمینه رهاسازی جوامع روستایی را از فقر فراهم می‌کند (Straka and Tuzova, 2016) و سبب ارتقای سطح استانداردهای زندگی افراد ساکن در مناطق روستایی می‌گردد (شایان و همکاران، ۱۳۹۷). در این ارتباط، تنوع در فعالیت‌های اقتصادی روستاها براساس پتانسیل‌ها و فرصت‌ها و ظرفیت‌های موجود در آن‌ها می‌تواند زمینه‌ساز و تقویت‌کننده توسعه اقتصادی روستاها باشد (Mayer and Meili, 2016)، به گونه‌ای که علاوه بر ارتقای ظرفیت‌ها و توانمندی‌های افراد و نهادها، تکیه بر دارایی‌های جوامع محلی دارد که این عامل خود از مهم‌ترین عوامل در افزایش پتانسیل جوامع محلی در مدیریت توسعه است (Wahid et al., 2017). توجه به ظرفیت‌های زیربنایی براساس داده‌های محیط طبیعی و انسانی رمز موفقیت برنامه‌های توسعه روستایی است (مؤمنی‌هالالی، ۱۳۹۹).

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی *Entrepreneur* به معنای متعهد شدن نشأت می‌گیرد و فرآیند یا مفهومی است که طی آن فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاقانه و نیز با شناسایی فرصت‌های جدید که می‌تواند با پذیرش خطرات کسب‌وکار همراه باشد، اقدام به ایجاد کسب‌وکار نو می‌کند (Lordkipanidze et al., 2005؛ آراستی و همکاران، ۱۳۹۰). بر این اساس، کارآفرینی را می‌توان تمایل به اعمال خطرهای حساب‌شده در زمینه‌ی شغلی و مالی و ایجاد مزیت و امتیاز ممکن برای به فعلیت رساندن استعدادها و خلاقیت‌ها تعریف کرد (طوسی و همکاران، ۱۳۹۳) و

استلزامات گوناگونی است (بیژنی و همکاران، ۱۳۹۴). وجود یک محیط فراهم‌کننده کارآفرینی در مناطق روستایی از مهمترین پیش‌نیازهای توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی است. بدین صورت که در هر منطقه‌ای کارآفرینان به صورت بالقوه وجود دارند و باید تلاش شود که پتانسیل‌های ایشان به ظهور رسیده و مهم‌تر از همه، ساختارهای موجود اجازه دهد که کارآفرینان ابراز وجود کنند (نجفی‌کانی و همکاران، ۱۳۹۴). با توجه به تنوع و تعدد فضاها و به مراتب وجود پتانسیل‌های متفاوت در روستاهای سراسر کشور، درک زیست‌بوم خاص هر یک از مناطق روستایی و تلاش در جهت برنامه‌ریزی غیرمتمرکز مناسب برای هرکدام از این فضاها متنوع، اقدامی مؤثر در ایجاد و گسترش فضاها کسب‌وکار و بروز خلاقیت‌های بالقوه است. به عبارت ساده‌تر تمرکز بر زیست‌بوم‌های کارآفرینی می‌تواند شاه‌کلیدی در فرآیند توسعه پایدار روستایی محسوب شود. بر این اساس، هدف این مقاله بر تحلیل اهمیت زیست‌بوم کارآفرینی و شناسایی جایگاه آن در توسعه روستایی قرار گرفت.

روش پژوهش

پژوهش حاضر به صورت مروری و بر اساس مطالعه ادبیات داخلی و خارجی انجام شده است. بدین وسیله مرور ادبیات در زمینه زیست‌بوم‌های کارآفرینی و نقش کارآفرینی در توسعه روستایی انجام شده و سپس نتیجه‌گیری و پیشنهادها ارائه می‌شود. **کارآفرینی و زیست‌بوم کارآفرینی:** برای درک نقش "کارآفرینی" در "توسعه روستایی"، پیش از هر چیز باید درک صحیحی از این دو مفهوم داشت. توسعه روستایی را می‌توان فرآیندی دانست که منجر به ارتقای توانایی روستاییان برای کنترل محیط‌شان می‌شود (خیاطی، ۱۳۸۲). به عبارت دیگر، توسعه

است. از جمله Mason and Brown (2014) زیست‌بوم کارآفرینی را مجموعه‌ای از کنشگران کارآفرینی مرتبط به یکدیگر (کنشگران بالفعل و بالقوه)، سازمانهای کارآفرینی (برای مثال شرکت‌ها، سرمایه‌گذاران، عوامل کسب و کار، بانک‌ها)، مؤسسات (دانشگاه‌ها، سازمان‌های بخش دولتی، نهادهای مالی) و فرآیندهای کارآفرینی (میزان ایجاد کسب و کار، تعداد شرکت‌های با رشد بالا، تعداد کارآفرینان، سطوح جاه‌طلبی کارآفرینی و ...) که به صورت رسمی و غیر رسمی به ایجاد ارتباط، مداخله و مدیریت عملکرد، در محیط کارآفرینی محلی متکی هستند، تعریف نموده‌اند. بر این اساس، می‌توان گفت که زیست‌بوم کارآفرینی بر اهمیت محیطی که در آن کارآفرین ظهور می‌کند و کسب و کار او رشد می‌کند و ویژگی‌های زیست‌بوم یک منطقه خاص را متمایز می‌سازد، تأکید دارد. یکی از مهمترین عناصر در چنین زیست‌بومی وجود جوش و خروشی است که افراد و ایده‌ها و نوآوری‌ها را به یکدیگر پیوند می‌دهد (مؤمنی‌هالالی، ۱۳۹۹). در این راستا، محیط‌های روستایی با دارا بودن پتانسیل‌های محیط طبیعی برای گردشگری طبیعی و کشاورزی، افراد علاقه‌مند، زمینه‌های فراوان کشاورزی، دامپروری، صنایع دستی و ... با توجه به تنوع بسیار بالای محیط‌های روستایی فراهم‌کننده زیست‌بوم‌های کارآفرینی روستایی متنوعی است.

زیست‌بوم‌های کارآفرینی شباهت‌هایی با مناطق صنعتی و سامانه‌های نوآوری دارند؛ کارآفرینان و شرکت‌های زایشی در چارچوب‌های دیگری حضور دارند اما به اندازه زیست‌بوم کارآفرینی در مرکز توجه نیستند (Stam and Spigel, 2016). در ادبیات موجود، زیست‌بوم‌های کارآفرینی بر اساس راهبردهای کسب و کار و توسعه منطقه‌ای شناسایی شده و مورد تحلیل قرار گرفته‌اند (Cooke, 2007; Ylinenpää, 2009). زیست‌بوم کارآفرینی به عناصر، افراد،

کارآفرینان مجموعه‌ای از منابع از جمله نوآوری‌ها، منابع مالی و اقتصادی را گرد هم آورده‌اند و در تلاشند که نوآوری‌ها را به کالاهای اقتصادی تبدیل نمایند (Baruah, 2001). در واقع، کارآفرینان دارای رفتاری برخوردار از ابتکار عمل و سازماندهی و تشخیص سازوکارهای اقتصادی و اجتماعی برای تخصیص منابع و موقعیت‌ها و پذیرش ریسک شکست هستند (ملکزاده و راهنما، ۱۳۹۵). در تحلیل ادبیات توسعه کارآفرینی، عوامل مؤثر بر موفقیت فعالیت‌های کارآفرینانه را می‌توان در عوامل فردی، محیطی و تأثیر توأمان عوامل فردی و محیطی، خلاصه نمود (Entezari, 2015).

در این میان، مفهوم زیست‌بوم نخستین بار در سال ۱۹۹۳ توسط مور معرفی شد (Moore, 1993). پس از مور، سایر پژوهشگران کلماتی چون زیست‌بوم کارآفرینی و زیست‌بوم نوآوری را در پژوهش‌های خود به کار بردند (محرر و همکاران، ۱۳۹۸). بنابراین، استفاده مشترک از اصطلاح زیست‌بوم در یک علم اجتماعی به جای یک زمینه بوم‌شناختی، تنها پس از مطالعه Moore (1993) گسترده شد که زیست‌بوم کسب و کار را به عنوان یک محیط بیرونی برجسته کرد. باید دانست که کسب و کار در "خلاء" تکامل نمی‌یابد و بر ماهیت ارتباطی نحوه تعامل کسب و کارها با محیط اطراف از قبیل تأمین‌کنندگان، مشتریان، سرمایه‌داران (Mason and Brown, 2014) و محیط طبیعی تأکید دارد. بر این اساس، کارآفرینی علاوه بر ویژگی‌های شخصیتی به سوی دیدگاهی وسیع‌تر که تلفیقی از نقش نیروهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و محیطی در فرآیند کارآفرینی است، یعنی همان درک زیست‌بوم کارآفرینی سوق می‌یابد (Stam and Spigel, 2016).

برای زیست‌بوم کارآفرینی تعاریف متعددی ارائه شده و مؤلفه‌های متعددی برای آن در نظر گرفته شده

"محیط و فرهنگ مساعد"، "سیاست و رهبری"، "در دسترس بودن امور مالی مناسب"، "سرمایه انسانی با کیفیت"، "بازارهای مناسب برای سرمایه‌گذاری" و "حمایت وسیع نهادی و زیرساختی" خلاصه نمود. در این راستا، هر زیست‌بوم کارآفرینی منحصر به فرد است. اگر چه زیست‌بوم کارآفرینی هر جامعه را می‌توان با استفاده از شش حوزه یاد شده در فوق، توصیف کرد؛ اما باید دانست هر زیست‌بوم خود نتیجه تعامل پیچیده و منحصر به فرد از عناصر متعددی است که آن را از بقیه متمایز می‌کند (همان). عناصری همچون فناوری، بازار، حمایت مالی و اخلاقی، اجتماعی، دولت و شبکه و حمایت محیطی و ظرفیت‌های محیطی مؤثر که بر تصمیم‌گیری افراد برای انتخاب مسیر کارآفرینی و برای تشکیل زیست‌بوم کارآفرینی اثر می‌گذارند، از جمله این موارد قلمداد می‌شوند (Suresh and Ramraj, 2012). تعامل پویا، هماهنگی بین اقدامات، تقسیم وظایف و هم‌افزایی بین عناصر از ویژگی‌های زیست‌بوم کسب‌وکار است. یک زیست‌بوم کارآفرینی سالم، محیطی است که پشتیبان کارآفرینان در ابعاد مالی، اخلاقی، فنی، اجتماعی، شبکه‌ای و نهادی است (شریف‌زاده و عبدالله‌زاده، ۱۳۹۹)، با فراترکیب سازه‌های مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای نوپا در زیست‌بوم کارآفرینی، عوامل کلیدی چون سیاست‌گذاران، بازار، مراکز رشد، دانشگاه‌ها و مؤسسه‌های آموزش عالی، سرمایه‌گذاران، فرهنگ و اجتماع، شتاب‌دهندگان و عوامل فردی را شناسایی و در سه سطح خرد، میانی و کلان گروه‌بندی کرد (کردحیدری و همکاران، ۱۳۹۸). بنابراین بحث در مورد زیست‌بوم‌های کارآفرینانه تا حد زیادی بر روی عناصر ضروری متمرکز شده‌است؛ در حالی که تا حد زیادی فرایندها یا دستورالعمل‌های ترکیب آن‌ها در یک محیط پایدار با سرزندگی کارآفرینی را نادیده می‌گیرد. فرایندها به مجموعه‌ای از

سازمان‌ها یا مؤسسات خارج از فرد کارآفرین اشاره دارد که محرک یا مانع تصمیم‌گیری فرد برای کارآفرین شدن یا احتمال موفقیت او در صورت راه‌اندازی کسب‌وکار کارآفرینانه می‌باشند. زیست‌بوم کارآفرینی محیطی را ایجاد می‌کند که تلاش‌های کارآفرینانه را تشویق کند (Forfas, 2009) و به عبارتی محیطی برای پرورش و حفظ کارآفرینی فراهم می‌آورد که شامل مجموعه‌ای از عناصر فردی مانند رهبری، فرهنگ، بازار سرمایه و مشتریانی با فکر باز باشد (Isenberg, 2010) و همچنین زیست‌بوم کارآفرینی به عنوان مبنایی برای طراحی سیاست‌های کارآفرینی با تمرکز ویژه برای کسب‌وکارهای جدید پدیدار شده است (Iansiti and Richards, 2006). ویژگی خاص زیست‌بوم کارآفرینی این است که سبب پیوند ذی‌نفعان و دست‌اندرکارانی می‌شود که هریک اهداف و انتظارات متفاوتی دارند (Suresh and Ramraj, 2012) و مجموعه‌ای از عوامل را پدید می‌آورند که از ترکیب مناسب آن‌ها، فعالیت کارآفرینی به وقوع می‌پیوندد (Mack and Mayer, 2016).

مفهوم زیست‌بوم کارآفرینی از ریشه‌های مختلفی پدیدار شده است و هنوز یک تعریف مشترک درباره آن وجود ندارد. این امر تا حدودی به این دلیل است که چنین زیست‌بوم‌هایی به روش‌های بسیار متفاوت، در مقیاس‌های مختلف و با طرح‌های پژوهشی و داده‌های مختلف تعریف می‌شوند (Ács et al., 2017). علاوه بر این، چندین نوع زیست‌بوم مختلف وجود دارد که نوع کارآفرینی تنها یکی از آن‌ها است؛ در نتیجه، تعاریف مختلفی ارائه شده است. اغلب تعاریف ترکیب یا تعامل عناصر را برجسته می‌کنند و اغلب از طریق شبکه‌ها، تولید ارزش‌های فرهنگی مشترک، فعالیت کارآفرینی را پشتیبانی می‌کنند (Malecki, 2018). تأثیرگذارترین عوامل لازم برای تشکیل زیست‌بوم کارآفرینی را می‌توان در شش عامل

جریان‌ها یا روابط در یک زیست‌بوم کارآفرینی بستگی دارد که در طول زمان تغییر می‌کنند (Spigel, 2017; Stam, 2007). در این بین، روابط کلیدی ممکن است شامل جریان‌هایی از مکان‌های خارج از زیست‌بوم محلی نیز باشد. ساختار کلیدی در زیست‌بوم کارآفرینی این است که یک سیستم (نظام) است. شرایط نظام‌مند، قلب زیست‌بوم هستند که شامل شبکه‌های کارآفرینان، رهبری، امور مالی، استعداد، دانش و خدمات پشتیبانی می‌باشند (Malecki, 2018). زیست‌بوم کارآفرینی خودکفاست و میزان دخالت دولت را حذف نمی‌کند اما کاهش می‌دهد. ذینفعان زیست‌بوم کارآفرینی مواردی همچون دولت، مدارس، دانشگاه‌ها، بخش خصوصی، کسب‌وکارهای فامیلی، سرمایه‌گذاران، بانک‌ها، کارآفرینان، رهبران اجتماعی، مراکز پژوهش، ارتش، نمایندگان نیروی کار، دانشجویان، وکلا، شرکت‌های تعاونی، کمون‌ها، شرکت‌های چند ملیتی، بنیادهای خصوصی و عواملان حمایتی بین‌المللی را شامل می‌شود (Khalil and Olafsen, 2010). با به روز رسانی و تقویت حمایت‌های نهادی و زیرساختی برای کارآفرینان و افزایش عرضه امور مالی کارآفرینی (ارائه سرمایه‌گذاری‌های خصوصی در مراحل اولیه)، تقویت روابط بین کارآفرینان مختلف، تشویق افراد ماهر به شروع کسب‌وکار جدید و خلاقانه، افزایش تعداد شرکت‌های پویا و نوآورانه و تغییرات در سامانه‌های هنجاری و کارکردی می‌توان زیست‌بوم کارآفرینی را رونق بخشید (Kantis and Federico, 2012).

Isenberg (2012) محیطی را توصیف می‌کند که در آن کارآفرینی تمایل به موفقیت دارد. وی پیشنهاد می‌کند که کارآفرینان زمانی موفق هستند که به منابع انسانی، مالی و حرفه‌ای مورد نیازشان دسترسی پیدا کنند و در محیطی فعالیت کنند که سیاست‌های دولت، کارآفرینان را تشویق و تأمین می‌کند. او این شبکه را

به‌عنوان زیست‌بوم کارآفرینی توصیف می‌کند. وی معتقد است در قالب راهبرد کارآفرینی، وجود این دیدگاه که چه عواملی در زیست‌بوم کارآفرینی شامل می‌شوند و چطور استنتاج می‌گردند، تعجب‌برانگیز نیست. نیاز برای راهبرد زیست‌بوم ریشه در مشاهده جوامعی دارد که کارآفرینی بی‌وقفه در آنها در حال رشد است. در حقیقت، این موفقیت بی‌نظیر در نتیجه محیط پیچیده یا بوم‌زیستی است که نمود پیدا کرده است. این زیست‌بوم کارآفرینی شامل عناصر زیادی است که اگرچه آنها به دلیل تعاملات پیچیده وابسته به موقعیت‌های ویژه‌ای هستند ولی آنها همیشه وجود دارند، اگر کارآفرینی متکی به خود باشد. بنابراین، اگرچه ترکیب‌ها همیشه بی‌نظیر هستند برای وجود کارآفرینی متکی به خود، سیاست، بازار، سرمایه، مهارت‌های انسانی، فرهنگ و حمایت‌های لازم هستند (مؤنی هلالی، ۱۳۹۹). آیزنبرگ هفت اصل را به عنوان اصول زیست‌بوم کارآفرینی برشمرده است (Isenberg, 2012):

- ۱- کارآفرینی پایدار به یک زیست‌بوم جامع و چندطرفه نیاز دارد؛
- ۲- زیست‌بوم کارآفرینی تا حد زیادی مبتنی بر منطقه جغرافیایی است؛
- ۳- زیست‌بوم‌ها به وسیله دولت‌ها طراحی نمی‌شوند؛ بلکه به وسیله ذینفعان متعدد گسترش می‌یابند؛
- ۴- زیست‌بوم‌ها نسبتاً متکی به خود هستند، بنابراین، دولت شرایط را تسهیل می‌کند و سپس به کارآفرینان و بخش‌های علاقه‌مند اجازه می‌دهد تا خودشان کسب‌وکار را اداره کنند؛
- ۵- زیست‌بوم‌ها می‌توانند تسریع شوند و ارتقا یابند، اما نمی‌توانند طراحی یا ایجاد شده باشند؛
- ۶- ترویج و گسترش آن، گفتگو و یادگیری ذینفعان متعدد را می‌طلبد؛

سیلیکون به وجود آمد، شرکت تجهیزات دیجیتالی در بوستون و بایدو در چین را از جمله بزرگترین موفقیت‌های زیست‌بوم‌های کارآفرینی می‌توان بیان کرد. کلیدهای زیست‌بوم دره سیلیکون شامل سرمایه مخاطره‌آمیز، ائتلاف استعداد کارشناسان مطلع، دانشگاه‌ها و مؤسسات پژوهشی، زیرساخت‌های خدمات حرفه‌ای، مشتریان و مصرف‌کنندگان نوآوری می‌باشد (Bahrami and Evans, 1995).

از جمله زیست‌بوم‌های کارآفرینی موفق در دهه اخیر، می‌توان به زیست‌بوم‌های کارآفرینی میامی و مایکروسافت اشاره کرد. میامی ممکن است غنی از استعداد، انتقال فناوری دانشگاهی، فرهنگ کارآفرینی یا سرمایه برای سرمایه‌گذاری نباشد. با این حال، برخلاف دیگر شهرهای آمریکایی، مانند آهنربایی برای راه‌اندازی کسب‌وکار خارجی است. آمریکای لاتین مالیات، نگرش ضد تعارض و ناآرامی‌های سیاسی را به‌عنوان سه عامل مهم شناخته است که موفقیت‌های کارآفرینی را در کشورهای مختلف محدود می‌کند. در مقابل، در میامی، با وجود سیستم‌های دولتی، قانونی، اداری و مالیاتی، به‌عنوان یک تجارت دوستانه، همه چیز برای کارآفرینی مهیا است. مایکروسافت نیز در شرایطی مشابه، سرمایه‌ها را جذب کرده و به‌عنوان نمونه‌ای از موفقیت‌های کارآفرینی است که باعث می‌شود بدانیم که چطور و چگونه می‌توان شرایطی را ایجاد کرد که باعث توسعه فعالیت‌های ارزشمند و موفقیت‌آمیز شود (محقر و همکاران، ۱۳۹۸).

پدیدآوردن زیست‌بوم کارآفرینی برای سیاست‌گذاران چالش‌های فراوانی دارد و نیاز به یک رویکرد جامع، افراد کارآفرین در زیست‌بوم، ارائه‌دهندگان منابع، استلزامات و حمایت‌های لازم و در نهایت به فضای مناسب کارآفرینی نیاز است. همچنین نیاز است که نقاط قوت و ضعف زیست‌بوم کارآفرینی

۷- زیست‌بوم کارآفرینی برای تعریف اهداف قابل اندازه‌گیری برای میزان کارآفرینی به صورت کمی سودمند است.

آیزنبرگ معتقد است زیست‌بوم کارآفرینی شامل صدها عنصر است که می‌تواند در شش قلمرو اصلی گروه‌بندی شوند. حوزه‌های اصلی زیست‌بوم کارآفرینی از دیدگاه وی شامل بازار، سیاست، سرمایه مالی، فرهنگ، حمایت‌ها و سرمایه انسانی است (Isenberg, 2010).

می‌توان گفت ایجاد محیطی که کارآفرینی را تشویق کند شانس یا تصادف نیست، زیست‌بوم‌های کارآفرینی معمولاً نتیجه‌ای از تشخیص دقیق نواحی و افرادی هستند که بر تغییر کارآفرینانه اثر می‌گذارند و سامانه‌های درست را برقرار می‌نمایند و ساختارها را در جایی پشتیبانی می‌کنند که زمینه موفقیت برای آن‌ها را ایجاد کند. همچنین، تأکید رهیافت زیست‌بوم بر دارایی‌ها، مشکلات و فرصت‌های موجود است و هر جامعه باید بر پایه شرایط اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی و موقعیت جغرافیایی خود، زیست‌بوم کارآفرینی متفاوتی داشته باشد (قمبرعلی و همکاران، ۱۳۹۳).

زیست‌بوم‌های موفق جهانی: از جمله زیست‌بوم‌های موفق و مطرح در سطح جهان، می‌توان به مثال‌های زیر اشاره کرد. زیست‌بوم ایرلند در دهه ۱۹۸۰ در زمینه آموزش رایگان، زبان انگلیسی، چند ملیتی خارجی و مجاورت به بازار اروپا توسعه یافته است. زیست‌بوم کارآفرینی تایوان در دهه ۱۹۹۰ در چارچوب تعهد عظیمی از مهاجران تایوانی بسیار موفق در ایالات متحده تکامل یافته است. زیست‌بوم کارآفرینی چین در حال حاضر در زمینه سیاست‌های متنوع منطقه‌ای و سامانه سیاسی تمامیت‌خواهانه در حال تکامل است. اسکایپ تحت تأثیر زیست‌بوم استونی، از Shockley، فیرچاپلید و HP که در دره

مسیر رونق و حرکت کارآفرینانه را ایجاد می‌کند که مهارت‌های جدید را در طول زمان توسعه داده و کسب‌وکار آن‌ها را رشد می‌دهد (Cukier et al., 2016, 2015). مربی‌گری به طور خاص در مرحله اولیه شرکت‌های نوپا مهم است. حیاتی‌ترین مورد یک دیدگاه پویا از زیست‌بوم‌های کارآفرینانه، تشخیص این است که کارآفرینی از نظر اجتماعی ساخته شده است و با توسعه اجتماعی و پویا مناطق و مکان‌ها هم خوانی دارد (Ramaciotti et al., 2017)، در این بین دانشگاه‌ها شاید پس از خود کارآفرینان، اغلب مؤسسات شناخته‌شده‌تری در زیست‌بوم‌های کارآفرینی باشند و زیرمجموعه بزرگی از پژوهش‌ها بر دانشگاه‌ها به عنوان مراکز این زیست‌بوم‌ها تمرکز دارند (Schaeffer and Matt, 2016). مهم‌ترین وظیفه یک دانشگاه در بسیاری از مکان‌ها فراهم کردن استعدادها و تخصصی است (Bramwell et al., 2008). دانشجویان تحصیلات تکمیلی از عوامل کارآفرینی اولیه برای تأسیس و توسعه شرکت‌ها هستند. سازمان‌های واسطه مختلف در دانشگاه‌ها، مانند دفاتر انتقال فناوری، مراکز رشد دانشگاه و مراکز پژوهشی مشترک، تأثیرهای بسیار متفاوتی دارند (Villani et al., 2017). یک مرکز رشد مبتنی بر دانشگاه می‌تواند زیست‌بوم کارآفرینی مبتنی بر دانشگاه را براساس سرمایه اجتماعی مبتنی بر شبکه‌های میان اعضای زیست‌بوم برای دسترسی به منابع ملی و محلی تشکیل دهد (Rice and Habbershon, 2007).

نقش کارآفرینی و زیست‌بوم کارآفرینی در توسعه روستایی: رویکرد اکثر کشورهای جهان در دهه‌های اخیر موضوع کارآفرینی و توسعه آن بوده است. این امر موجی از سیاست‌های توسعه کارآفرینی در دنیا را به وجود آورده است (موسوی، ۱۳۹۲). بدیهی است که هدف اصلی آن‌ها از اجرای برنامه‌های مختلف

با توجه به معیارهای توسعه ارزیابی شود و از سامانه‌های کارآفرینی موفق و مزایای اقتصادی از طرف دولت حمایت لازم صورت گیرد. بر این اساس، الگوگیری صرفاً از دره سیلیکون مؤثر نخواهد بود (Mason and Brown, 2014). بنابراین، نیاز است در راستای افزایش کارآفرینی و بهبود وضعیت اقتصادی روستاییان در نواحی روستایی و ایجاد یک آینده موفق، از استعدادهای و ظرفیت‌های محلی استفاده کرد.

تحول زیست‌بوم‌های کارآفرینانه: یک مسأله بسیار مهم، تکامل یا چرخه حیات زیست‌بوم‌های کارآفرینانه است. آیا آن‌ها به طور یکسان، یا حتی مشابه، در مکان‌ها و زمان‌های مختلف رشد می‌کنند؟ آیا شرکت‌های مبتنی بر فناوری یا دیگر انواع صنعتی محدود، زیست‌بوم گسترده یا متمرکز بر یک صنعت محدود را ایجاد می‌کنند. اگر دامنه محدود باشد، همان طور که Mack and Mayer (2016) بیان می‌کنند ضعف و حتی زوال یک زیست‌بوم دور از انتظار نخواهد بود. اساس کار این است که زیست‌بوم‌های کارآفرینانه را پویا و در حال تحول در طول زمان ببینیم تا بتوان رشد جمعی شرکت‌های جدید را تصور نمود. زیست‌بوم‌های کارآفرینانه بر فرهنگ‌ها، مؤسسات و شبکه‌هایی تمرکز دارند که در طول زمان در یک منطقه ایجاد می‌شوند (Stam and Spigel, 2016). شبکه‌های صنعتی قوی، فرهنگ محلی حمایتی و توانایی مقاومت در برابر تغییر شکل یا شوک‌های معکوس، زیست‌بوم‌های پایدار را مشخص می‌کنند (همان).

تضاد بین زیست‌بوم‌های کارآفرینی ضعیف و قوی در مقابل رویکردهای عمومی‌تر، مفید تلقی شده است. فرآیندهایی که توسط آن‌ها کارآفرینان به ایجاد زیست‌بوم کارآفرینی کمک می‌کنند، خودکار نیستند؛ آن‌ها به کارآفرینان توانمند نیاز دارند. استفاده از کارآفرینان محلی در یک جامعه به عنوان الگو و مربی،

فراهم می‌کند (نجفی‌کانی و همکاران، ۱۳۹۳)؛ در واقع، کارآفرینی در همه بخش‌ها از جمله کشاورزی، مؤلفه جدایی‌ناپذیر فرآیند تحول و دگرگونی در بازار رو به گسترش دنیای امروز است (اخلی و همکاران، ۱۳۹۸).

زیست‌بوم کارآفرینی در بخش روستایی می‌تواند نظمی نو برای کار در مناطق روستایی ایجاد کند که از چندین جنبه اهمیت دارد: اول آن که معقولانه است، یعنی افراد و گروه‌های کاری در محیط روستا توانایی کنترل بیشتری بر کار خود خواهند داشت و برای استفاده از آن در جهت رفع نیازهای خود، از جمله نیاز به رشد و توسعه سالم فرصت‌های بیشتری به دست خواهند آورد. دوم آن که انسانی‌تر است، یعنی کار افراد و گروه‌ها نه تنها در زمینه اموری که با اهداف آنان بیگانه است، مورد استفاده قرار نمی‌گیرد، بلکه موجب استثمار و زیان دیگران نیز نخواهد شد و سوم آن که با محیط‌زیست سازگارتر است. به این ترتیب، کار با محیط طبیعی و زیست انسانی هماهنگ خواهد بود و طبیعت را تخریب نخواهد کرد (همان). بنابراین، تقویت و توسعه کارآفرینی در راستای توسعه روستایی سبب تشویق کشاورزان کارآفرین، ارائه کمک‌های فنی و مدیریتی به کارآفرینان روستایی، حمل و نقل روستایی، خدمات ارتباطی و اطلاعات روستایی و مدیریت منابع طبیعی می‌شود (قدیری‌معصوم و همکاران، ۱۳۹۳). بدیهی است که در این راستا توسعه کارآفرینی باید همه جانبه، کل‌نگر و پایدار بوده و عوامل اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و مقرراتی را به طور همزمان مورد توجه قرار دهد (قمبرعلی و همکاران، ۱۳۹۳).

این در حالی است که عوامل اجتماعی و فرهنگی از ابعاد فراموش‌شده کارآفرینی در محیط‌های روستایی هستند که ناشی از نگاه تک‌بعدی به

کارآفرینی در نواحی روستایی، رسیدن به توسعه روستایی است؛ چرا که بر اساس اهداف کلان توسعه، کاهش بیکاری، ایجاد و افزایش فرصت‌های شغلی از اهم برنامه‌های توسعه روستایی قلمداد می‌شود و تمرکز بر کارآفرینی روستایی گامی مهم در تحقق این اهداف قلمداد می‌گردد. کمبود فرصت‌های شغلی و بیکاری، نتیجه نابرابری بین عرضه و تقاضای نیروی کار و یا بازار کار در روستاها است (رضوانی، ۱۳۸۳)؛ در واقع، مشکل اشتغال در نواحی روستایی یکی از مهم‌ترین معضلات مردم روستایی محسوب می‌شود. بر این اساس، می‌توان چنین استنباط نمود که کمبود فرصت‌های کارآفرینی یکی از مهم‌ترین موانع برای توسعه روستایی است (قدیری‌معصوم و همکاران، ۱۳۹۳). کارآفرینی روستایی نقش مهمی در کاهش نابرابری‌های فضایی بین مرکز و پیرامون دارد (Mayer and Meili, 2016) و همچنین به دنبال شناسایی فرصت‌های جدید، نوآوری و خلاقانه در فعالیت‌های کشاورزی و غیر کشاورزی، کاربری اراضی و استفاده بهینه از منابع، به شیوه‌ای متنوع و نوآورانه و پایدار در راستای توسعه روستایی است.

یکی از عوامل توسعه روستایی، زیست‌بوم کارآفرینی است؛ زیرا کارآفرینی می‌تواند با خلق فرصت‌های جدید اشتغال و درآمد، نقش مؤثری در بهبود وضع اقتصادی و معیشتی روستاها داشته باشد (حیدری‌مکرر و همکاران، ۱۳۹۱). کارآفرینی در مناطق روستایی تنوع و گستردگی زیادی دارد و به دلیل تسلط بخش کشاورزی در اغلب مناطق روستایی، تأکید عمده بر کارآفرینی کشاورزی است؛ زیرا توسعه کارآفرینی روستایی، قابلیتی برای کمک به تنوع‌بخشی به درآمد و میزان تولیدات کشاورزی و غیر کشاورزی روستاییان محسوب می‌شود و فرصت‌های مناسبی را برای کاهش خطر معیشتی و افزایش امنیت غذایی پایدار در مناطق روستایی

مثال در جامعه روستایی، می توان یک نقطه شروع مناسب برای ایجاد اقتصاد و فرهنگ کارآفرینانه فراهم کرد (همان)؛ اما اگر فضای اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی سبب انگیزش افراد در راستای کارآفرینی نباشد (آراستی و غلامی، ۱۳۸۹)، کارآفرینان با مشکلات بسیار زیادی در این زمینه مواجه می شوند که از جمله مشکلات ایشان می توان به دگرگونی سیاست های دولت و به کارگیری سیاست های سلیقه ای، ناسالم بودن محیط کسب و کار، بی ثباتی مدیران و کارفرمایان دولتی، وجود قوانین نامناسب و غیر حمایتی، نبود اطمینان محیطی، فقدان زیرساخت های تجاری، عدم حمایت هنجارهای اجتماعی و فرهنگی از کارآفرینی، نامناسب بودن بازار، بهره بالای وام های بانکی و... اشاره کرد که شرایط و فضای کارآفرینی را نامساعد کرده است، بنابراین، سیاست هایی که برای توسعه کارآفرینی تدوین می شود باید همه ابعاد آن را زیر پوشش قرار دهد و با شرایط محیط پیرامونی هماهنگ و سازگار باشد. به عبارت دیگر، می توان عنوان کرد که توسعه کارآفرینی روستایی تنها از طریق درک زیست بوم کارآفرینی روستایی می تواند به وقوع بپیوندد (قمبرعلی و همکاران، ۱۳۹۳).

نتیجه گیری

هدف این مطالعه، تحلیل اهمیت زیست بوم کارآفرینی و شناسایی جایگاه آن در توسعه روستایی بود. پایداری روستاها در چارچوب الگوی توسعه پایدار روستایی، نیازمند برنامه ریزی در جهت تنوع فعالیت ها در نواحی روستایی است. تنوع محیط های روستایی از منظر مکان، افراد، فرهنگ، قوم و نژاد، پتانسیل های مختلف و سایر موارد مستلزم درک و استقرار برنامه ریزی های غیرمتمرکز در توسعه آنها است. در این بین، باید دانست پایه اصلی و عمده

کارآفرینی بدون توجه به زیست بوم تا به امروز بوده است، زیرا فردی که به خلق ایده های نو می پردازد، دارای زمینه های اجتماعی، مانند ویژگی های خانوادگی، آداب و رسوم جامعه، میزان مشارکت و همکاری، دوستان و اقوام و همسایگان است که می توانند در دستیابی به موفقیت او را یاری کنند. به همین دلیل، باید به ویژگی های اجتماعی مؤثر در شکل گیری رفتار کارآفرینی نظیر نقش های موجود در جامعه روستایی، تجربیات حاصل از زندگی، پیش زمینه های خانواده، سطح آموزش و آگاهی، طبقه اجتماعی و سازمان های دیوان سالاری در محیط های روستایی، تأکید کرد (Lordkipanidze et al., 2005). در این راستا، علل شکست کارآفرینان را در مناطق روستایی باید ناشی از برخی عوامل داخلی و خارجی دانست. جو اقتصادی نامناسب جامعه، قوانین و مقررات دولتی و تأمین نامناسب منابع مالی از راه سرمایه گذاران و بانک ها را باید جز عوامل خارجی دانست و تغییر انگیزه ها، خستگی و دلسردی از کار، ارزیابی غیر واقعی طرح و عضویت نداشتن در شبکه ها و گروه های مرتبط با کسب و کار از جمله عوامل داخلی هستند (آراستی و غلامی، ۱۳۸۹). در این رابطه، یکی از مهم ترین عوامل مؤثر بر کارآفرینی در هر جامعه ای، فرهنگ حاکم بر آن جامعه است (Lordkipanidze et al., 2005). فرهنگ که برای کارآفرین ارزش قائل است، افراد زیادی را به کارآفرینی تشویق می کند. در خصوص فرهنگ زیست بوم کارآفرینانه، در جوامع روستایی می توان سیاست هایی را ایجاد کرد تا رفتار کارآفرینانه تشویق شود. منظور این است که در کل، مردم جامعه روستایی می توانند کمتر یا بیشتر کارآفرین شوند. در واقع، رابطه ای قوی بین فرهنگ روستاییان و تمایل به کارآفرینی وجود دارد. برای شناسایی و درک پایه های اجتماعی یا فرهنگی یک اجتماع یا منطقه خاص، برای

اداری و مالی و سایر سازوکارهای حمایتی می‌باشد. در بین این عوامل، عامل فرهنگ کارآفرینانه بسیار مهم تلقی می‌شود؛ به گونه‌ای که ارزش‌ها و هنجارهای جامعه به میزان زیادی در توسعه کارآفرینی مؤثر است. زیرا که با توجه به نوع نگرش‌ها، ارزش‌ها و هنجارهای موجود در سطح جامعه، سطح فرهنگ کارآفرینانه را تعیین می‌کنند که بر روی پیشرفت و رشد کارآفرینی مؤثر است. از طرفی، زیست‌بوم زمانی قابل درک و فهم است که به این دیدگاه برسیم که بزرگترین و گسترده‌ترین برنامه‌های توسعه زمانی که بدون توجه به شرایط طبیعی و بومی تنظیم شده باشند، با شکست روبه‌رو می‌شوند. بی‌شک، چنین موضوعی در مناطق روستایی با توجه به تنوع فرهنگی بالا و پتانسیل‌های متمایزکننده محیطی که وجود دارد از اهمیت بیشتری برخوردار است.

توانمندی و ظرفیت در روستاها بسیار بالاست؛ بنابراین، نیاز است که سیاست‌هایی مناسب جهت ارائه نوآوری و خلاقیت در بخش کشاورزی و رفع محدودیت‌ها و استفاده مناسب از توان و ظرفیت‌های موجود روستایی و کشاورزی فراهم شود. وجود مراکز آموزشی ترویجی و مشاوره مناسب، توزیع فضایی و خدمات مناسب سبب تقویت کارآفرینی کشاورزی و روستایی می‌شود که همراه با توسعه و ایجاد زیست‌بوم کارآفرینی، بومی‌سازی کارآفرینی براساس ویژگی‌های جمعیت شناختی و شرایط محیطی حاکم بر روستاها محقق می‌گردد و با توسعه زیست‌بوم کارآفرینی نیز امکان آموزش کارآفرینان و فراهم نمودن زیرساخت‌های کارآفرینی و نیز سرمایه‌گذاری بر روی آنان انجام می‌شود. این امر دارای منافع و آثار مثبتی در جامعه روستایی است؛ از جمله توسعه کسب‌وکار، اضطراب‌های اجتماعی را کاهش داده و بهره‌برداری از منابع و فعال شدن آنها را برای بهره‌وری عظیم ملی فراهم آورده و سود اجتماعی را

بسیاری از چالش‌های توسعه‌نیافتگی روستایی ریشه اقتصادی (مانند عدم تنوع مشاغل، عدم درآمد کافی به دلیل تمرکز صرف بر یک فعالیت در روستاها) دارد که به دنبال آن چالش‌های اجتماعی از جمله بیکاری پنهان و مهاجرت و همچنین چالش‌های بوم‌شناختی از جمله آسیب‌های زیست‌محیطی در نقاط روستایی دور از انتظار نخواهد بود. بی‌شک، یکی از مهمترین راهکارها برای غلبه بر چالش‌های اقتصادی، اجتماعی و بوم‌شناختی، تمرکز بر زیست‌بوم‌های کارآفرینی است. در این راستا، زیست‌بوم‌های کارآفرینانه زیادی را می‌توان در روستاها (در عرصه‌های کشاورزی، دامداری، تولید مواد غذایی، تولید محصولات بومی و ...) ایجاد و توسعه داد. هدف وجودی یک زیست‌بوم کارآفرینی، نوسازی خود از طریق تشکیل مستمر شرکت‌های جدید با استفاده از حمایت زیست‌بوم و کارآفرینان موجود و پیشین است. در این حالت، زیست‌بوم کارآفرینانه بالغ و خودکفا، زوال نخواهد یافت، زیرا کارآفرینی در بخش‌های جدید جایگزین شرکت‌ها در بخش‌های قدیمی‌تر می‌شود. پژوهش‌های تطبیقی بیشتری در مورد زیست‌بوم‌ها در مراحل مختلف توسعه مورد نیاز است. همه مکان‌ها از بهبود در شبکه‌های اجتماعی و ارتباطات، تنوع شرکت‌ها و زیست‌بوم‌های فرعی خود و درجه‌ای که مرییان به وجود می‌آیند و از کارآفرینان جدید حمایت می‌کنند، بهره‌مند خواهند شد که با استفاده از دنبال کردن نوآوری جدید یا بهتر، شناسایی نیازها یا فرصت‌های بازار، پیگیری سود یا بهبود وضع و استفاده از مبادله با دیگران به عنوان مبنایی برای همه موارد ذکر شده این امر محقق می‌شود. از آنجایی که زیست‌بوم کارآفرینی روش جدیدی برای تفکر و اقدام جهت توسعه کارآفرینی می‌باشد، توسعه کارآفرینی نیازمند فراهم‌سازی زمینه‌های مختلف فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و از طرفی همکاری نظام‌های آموزشی با ساختار

- شناسایی عوامل انگیزشی - حمایتی بهره‌برداری بهینه از زیست‌بوم‌های کارآفرینی در جوامع روستایی؛

- طراحی الگوی مناسب بهره‌برداری از زیست‌بوم‌های کارآفرینی در محیط روستایی؛

- تحلیل بوم‌شناختی دانش، نیت و رفتار روستاییان برای بهره‌برداری از پتانسیل‌های کارآفرینی؛

- طراحی الگوی سیاست‌گذاری پایدار برای بهره‌برداری مطلوب از زیست‌بوم‌های کارآفرینی در جامعه روستایی.

عاید جامعه می‌کند که به نوعی نشان‌دهنده توسعه اجتماعی - اقتصادی جامعه است. بدیهی است هرچه مشارکت جامعه روستایی در این فعالیت‌ها بیشتر باشد، مناطق روستایی سریع‌تر به توسعه اقتصادی و اجتماعی دست می‌یابند. در پایان، برای علاقه‌مندان، موضوعات زیر برای پژوهش‌های آتی پیشنهاد می‌شود.

- شناسایی موانع بهره‌برداری از زیست‌بوم‌های کارآفرینی در مناطق روستایی؛

منابع

۱. اخلی، م. دیده‌خانی، ح. شریف‌زاده، م. ش. و حسینی، س. م. ر. ۱۳۹۷. الگوی مفهومی تشخیص فرصت کارآفرینان نوپای فناور دانشگاهی کشاورزی. مجله پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۱۰ (۴۵): ۱۵۷-۱۳۹.
۲. آراستی، ز. ایمانی‌پور، ن. و سعیدبنادکی، س. ۱۳۹۰. نقش آموزش درس "مبانی کارآفرینی" در قصد کارآفرینی دانشجویان رشته‌های غیرمدیریت. فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۴ (۴): ۱۰۷-۱۲۴.
۳. آراستی، ز. و غلامی، م. ۱۳۸۹. دلیل شکست کارآفرینان در ایران. مجله کارآفرینی توسعه، ۲ (۸): ۱۶۳-۱۸۴.
۴. بیژنی، م. فلاح حقیقی صیقلانی، ن. کرمی، غ. ح. عسگری‌قدس، م. و زند، م. ۱۳۹۴. واکاوی ویژگی‌های روانشناختی کارآفرینان و عوامل پیش‌برنده و بازدارنده کارآفرینی در دانشکده‌های کشاورزی (مورد مطالعه: واحدهای منطقه ۵ دانشگاه آزاد اسلامی). مجله پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی، ۸ (۱): ۹۴-۷۹.
۵. حیدری‌مکرر، ح. نادریان‌فر، م. نادریان‌فر، ث. و شهرکی، ع. ۱۳۹۱. بررسی نقش کمیته امداد در توسعه کارآفرینی روستایی (مطالعه موردی: کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکارهای دانش بنیان، بابل).
۶. خیاطی، م. ۱۳۸۲. توریسم روستایی و تأثیر آن بر جوامع روستایی تایلند. ماهنامه اقتصادی - اجتماعی جهاد کشاورزی، ۱ (۱): ۷۳-۷۳.
۷. رضوانی، م. مطیعی‌لنگرودی، ح. و محمدزاده لاریجانی، ف. ۱۳۹۱. تبیین تحولات کارکردی روستاها و گذار از اقتصاد کشاورزی به گردشگری با تأکید بر نظریه چرخه حیات: مطالعه موردی دهستان فیروزجاه شهرستان بابل. فصلنامه علمی - پژوهشی نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، ۴ (۳): ۱۲۲-۱۰۷.
۸. رضوانی، م. ر. ۱۳۸۳. مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی توسعه روستایی در ایران، نشر قومس.
۹. رضوانی، م. ر. و نجارزاده، م. ۱۳۸۷. بررسی و تحلیل زمینه‌های کارآفرینی روستاییان در فرآیند توسعه نواحی روستایی. فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۱ (۲): ۱۸۲-۱۶۱.
۱۰. شایان، م.، قنبری، س.، و بذرافشان، ج. ۱۳۹۷. سطح‌بندی و تحلیل وضعیت پایداری در

- نشریه علمی - پژوهشی مدیریت نوآوری، ۸ (۴): ۳۳-۶۰.
۱۸. محمدی یگانه، ب.، و ولایی، م. ۱۳۹۳. تنوع بخشی به اقتصاد روستاها جهت تحقق توسعه پایدار مورد: دهستان مرحمت آباد شمالی شهرستان میاندوآب. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۳ (۲): ۷۰-۵۴.
۱۹. ملکزاده، غ.ر. و راهنما، س. ن. ۱۳۹۵. کارآفرینی و ارتباط آن با نوآوری، دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و فناوری اطلاعات و ارتباطات، ۱۷ مرداد ۱۳۹۵.
۲۰. منافی آذر، ر. و شیخی کوهسار، س. ۱۳۹۱. ارزیابی سیاست متنوع سازی اقتصاد روستایی با تأکید بر مشاغل غیرکشاورزی: مطالعه موردی دهستان سلطانعلی شهرستان گنبد کاووس. همایش ملی توسعه روستایی، رشت، دانشگاه گیلان، شهریور ۱۳۹۱.
۲۱. موسوی، م. ۱۳۹۲. بررسی موانع توسعه کارآفرینی (مطالعه موردی: دانشگاه پیام نور خراسان رضوی). نشریه علوم انسانی دانشگاه پیام نور مشهد، ۱ (۴): ۳۵-۴۵.
۲۲. مؤمنی هلالی، ه. ۱۳۹۹. تحلیل فعالیت های چندگانه کارآفرینانه شالیکاران در حوضه آبریز دشت هراز. رساله دکتری، دانشکده کشاورزی دانشگاه تربیت مدرس. منتشر نشده.
۲۳. میسرا، آر.پی. ۱۳۶۱. توسعه روستایی، مسایل و مشکلات، فصلنامه روستا و توسعه، شماره ۱، مرکز تحقیقات و بررسی مسایل روستایی، وزارت جهاد سازندگی.
۲۴. نجفی کانی، ع.ا. حسام، م. و آشور، ح. ۱۳۹۴. سنجش وضعیت توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی مورد: دهستان استرآباد جنوبی در سکونت گاه های روستایی مطالعه ی موردی شهرستان زرین دشت، جغرافیا و آمایش شهری- منطقه ای، ۸ (۲۶): ۱۹۶-۱۷۹.
۱۱. شریفزاده، م.ش. و عبداله زاده، غ.ح. ۱۳۹۹. زیست بوم نوآفرینی کشاورزی در استان گلستان، علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران، ۱۶ (۱): ۱-۲۲.
۱۲. شهیدی، م.ش.، اردستانی، ز.ا. گودرزی سروش، م.م. ۱۳۸۷. بررسی تأثیرات توریسم در برنامه ریزی نواحی روستایی. پژوهش های جغرافیای انسانی، ۴۲ (۶۷): ۹۹-۱۱۳.
۱۳. طوسی، ر. جمشیدی، ع.ر. و تقدیسی، ا. ۱۳۹۳. کارآفرینی روستایی و تعیین عوامل مؤثر بر آن مطالعه موردی روستاهای شهرستان مینودشت. مجله پژوهش و برنامه ریزی روستایی، ۳ (۸): ۱۱-۱.
۱۴. قدیری معصوم، م.، چراغی، م.، کاظمی، ن. و زارع، ز. ۱۳۹۳. تحلیل موانع توسعه کارآفرینی در نواحی روستایی مورد: دهستان غنی بیگلو شهرستان زنجان. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۳ (۱): ۱۷-۳.
۱۵. قمبرعلی، ر. آگهی، ح.، علی بیگی، ا.م. و زرافشانی، ک. ۱۳۹۳. راهبرد زیست بوم کارآفرینی: پارادیم جدید توسعه کارآفرینی. نشریه کارآفرینی در کشاورزی، ۱ (۳): ۳۸-۲۱.
۱۶. کردحیدری، ر.، منصوری موید، ف.، و خدادادحسینی، س.ح. ۱۳۹۸. فراترکیب عوامل مؤثر بر توسعه کسب و کارهای فناورانه نوپا در زیست بوم کارآفرینی، توسعه کارآفرینی، ۱۲ (۱): ۱۶۰-۱۴۱.
۱۷. محقر، ع.، محمدی، م.، مختارزاده، ن. و شهیدی-پور، ر.ا. ۱۳۹۸. چارچوب مفهومی شکل گیری زیست بوم های کارآفرینی دانشگاه پایه شهر تهران،

34. Cukier, D., Kon, F., and Lyons, T.S. 2016. Software startup ecosystems evolution: The New York City case study. 2nd International Workshop on Software Startups, IEEE International Technology Management Conference, Trondheim.
35. Entezari, Y. 2015. Building knowledge-based entrepreneurship ecosystems: Case of Iran. *Procedia-social and behavioral sciences*, 195 (July 2015): 1206-1215.
36. Forfas, F. 2009. Entrepreneurial Ecosystem: South West Ireland, rethinking entrepreneurship. *Baseline Data and Analysis, South West Ireland, Dublin*. Retrieved from: <http://forfas.ie>.
37. Iansiti, M., and Richards, G.L. 2006. The information technology ecosystem: Structure, health, and performance. *The Antitrust Bulletin*, 51(1): 77-110.
38. Isenberg, D.J. 2010. How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard Business Review*, 88 (6): 40-50.
39. Isenberg, D.J. 2012. Introducing the Babson Entrepreneurship Ecosystem Project. *The Babson Global*. 1-28.
40. Kantis, H.D., and Federico, J.S. 2012. Entrepreneurial Ecosystems in Latin America: the role of policies. *International Research and Policy Roundtable (Kauffman Foundation)*, Liverpool, UK.
41. Khalil, M.A., and Olafsen, E. 2010. Enabling innovative entrepreneurship through business incubation. Retrieved from: <http://siteresources.worldbank.org>
42. Lordkipanidze, M., Brezet, H., and Backman, M. 2005. The entrepreneurship factor in sustainable tourism development. *Journal of Cleaner Production*, 13(8): 787-798.
43. Mack, E., and Mayer, H. 2016. The evolutionary dynamics of entrepreneurial ecosystems. *Urban Studies*, 53(10): 2118-2133.
44. Malecki, E.J. 2018. Entrepreneurship and entrepreneurial ecosystems. *Geography Compass*, 12 (3): e12359.
45. Mason, C., and Brown, R. 2014. Entrepreneurial ecosystems and growth-
شهرستان گرگان. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۴ (۱): ۳۷-۵۶.
۲۵. هشیاری، ر. ۱۳۹۱. *توریسم روستایی و معرفی اماکن توریستی مناطق روستایی شهرستان سردشت با تأکید بر توسعه پایدار*. دومین همایش ملی راهکارهای توسعه اقتصادی با محوریت برنامه‌ریزی منطقه‌ای، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی سنندج، سنندج، خرداد ۱۳۹۱.
26. Ács, Z.J., Autio, E., and Szerb, L. 2014. National systems of entrepreneurship: Measurement issues and policy implications. *Research Policy*, 43 (3): 476-494.
27. Acs, Z.J., Stam, E., Audretsch, D.B., and O'Connor, A. 2017. The lineages of the entrepreneurial ecosystem approach. *Small Business Economics*, 49 (May 2017): 1-10.
28. Bahrami, H., and Evans, S. 1995. Flexible re-cycling and high-technology entrepreneurship. *California Management Review*, 37 (3): 62-89.
29. Baruah, K. 2001. "Entrepreneurship: Concept and Definition" *Indian Institute of Entrepreneurship*, accessed as on 21 October, 2009.
30. Boutillier S. 2013. Entrepreneur and Economists. In: Carayannis E.G. (eds) *Encyclopedia of Creativity, Invention, Innovation and Entrepreneurship*. Springer, New York, NY.
31. Bramwell, A., Nelles, J., and Wolfe, D.A. 2008. Knowledge, innovation and institutions: Global and local dimensions of the ICT cluster in Waterloo, Canada. *Regional Studies*, 42 (1): 101-116.
32. Cooke, P. 2007. Regional innovation, entrepreneurship and talent systems. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 7(2): 117-139.
33. Cukier, D., Kon, F., and Krueger, N. 2015. Towards a software startup ecosystems maturity model. Technical report RT-MAC-2015-03. São Paulo: University of São Paulo, Department of Computer Science.

54. Straka, J., and Tuzova, R. 2016. Factors Affecting Development of Rural Areas in the Czech Republic: A Literature Review. *Procedia social and Behavioral Sciences*, 10 (11): 496-505.
55. Suresh, J., and 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.
56. Villani, E., Rasmussen, E., and Grimaldi, R. 2017. How intermediary organizations facilitate university–industry technology transfer: A proximity approach. *Technological Forecasting and Social Change*, 114 (January 2017): 86-102.
57. Wahid, N.A., Aziz, N.N.A., and Halim, R.A. 2017. “Networking and innovation performance of micro-enterprises in Malaysia: the moderating effects of geographical location”, *Peritania Journal of Social Sciences and Humanities*, 25 (5): 281-292
58. Ylinenpää, H. 2009. Entrepreneurship and innovation systems: Towards a development of the ERIS/IRIS concept. *European Planning Studies*, 17 (8): 1153-1170.
59. Zamora, O.M. 2011. *Development Instruments for the Cross-Border Cooperation in Ukraine, Poland*. Warsaw: Warsaw University of Life Science Press.
- oriented entrepreneurship. Final Report to OECD, Paris. Retrieved from: <http://www.oecd.org/cfe/leed/Entrepreneurial-ecosystems.pdf>
46. Mayer, H., and Meili, R. 2016. New Highlander Entrepreneurs in the Swiss Alps. *Mountain Research and Development*, 36 (3): 267-275.
47. Moore, J.F. 1993. *Predators and Prey: A New Ecology of Competition*. Harvard Business Review, 71 (3):75-86.
48. Ramaciotti, L., Muscio, A., and Rizzo, U. 2017. The impact of technology-based firms. *Regional Studies*, 51: 629-642.
49. Rice, M.P., and Habbershon, T.G. 2007. *Entrepreneurship: The engine of growth 3: ix–xxv*. Westport, CT: Praeger.
50. Schaeffer, V., and Matt, M. 2016. Development of academic entrepreneurship in a non-mature context: The role of the university as a hub-organisation. *Entrepreneurship and Regional Development*, 28 (9-10): 724-745.
51. Spigel, B. 2017. The relational organization of entrepreneurial ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(2017): 49-72.
52. Stam, E. 2007. Why butterflies don't leave: Locational behavior of entrepreneurial firms. *Economic Geography*, 83 (1): 27-50.
53. Stam, F.C., and Spigel, B. 2016. Entrepreneurial ecosystems. *USE Discussion Paper Series*, 16 (13): 1-15.



Gorgan University of Agricultural
Sciences and Natural Resources

Journal of Entrepreneurship in Agriculture Vol. 7(3), 2020

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

DOI: 10.22069/jead.2021.19085.1476

Fostering rural development through the entrepreneurial ecosystem

Z. Hallaj¹, M. Bijani^{2*}, N. Fallah Haghighi³

¹Former M.Sc. Student, Department of Agricultural Extension and Education,
College of Agriculture, Tarbiat Modares University (TMU), Tehran, Iran.

²Associate Professor, Department of Agricultural Extension and Education,
College of Agriculture, Tarbiat Modares University (TMU), Tehran, Iran.

³Assistant Professor, Department of Technology Development Studies (DTDS),
Iranian Research Organization for Science and Technology (IROST), Tehran, Iran.

Received: 25/04/2021; Accepted: 14/05/2021

Abstract

The need to pay attention to entrepreneurship to maintain economic security of rural areas in rural development programs is very important. Entrepreneurship development can be accelerated through a deep understanding of the entrepreneurial ecosystem. The purpose of this study was to analyze the importance of entrepreneurial ecosystem and identify its role in rural development. The method of this research was based on literature review. The results showed that the development and creation of entrepreneurial ecosystem consists of social, economic and geographical spaces in which entrepreneurs work together in hard and soft support infrastructures to produce and develop new jobs, localization of rural entrepreneurship based on demographic characteristics and environmental conditions prevailing in the rural areas to be achieved. In fact, understanding the entrepreneurial ecosystem facilitates the possibility of educating entrepreneurs, providing entrepreneurial infrastructure, and investing in them. This requires the participation of the rural community, which has a significant relationship with the increase of entrepreneurial activities and economic and social development of rural areas. Undoubtedly, each region should have a different and appropriate entrepreneurial ecosystem based on its social, cultural, economic, political and geographical location, so that entrepreneurial activities can show the best performance. In this regard, policy-making should be based on the specific advantages of each rural area with government facilitation and maximum participation of financial and human capital, support and capacity with a focus on local conditions and reform and development of desirable legal laws and regulations.

Keywords: Rural entrepreneurship, Ecosystem approach, Entrepreneurial change, Policy making.

*Corresponding author; mbijani@modares.ac.ir