

تحلیل موانع توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای در ایران

همایون مرادنژادی^۱، حسین شعبانعلی فمی^۲، هوشنگ ایروانی^۳، سید محمود حسینی^۴ و محسن کافی^۵
۱، دانش آموخته دکتری دانشگاه تهران و استادیار دانشگاه ایلام، ۲، ۳، ۴، ۵، استادیار، دانشیاران و
استادیاران پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران
(تاریخ دریافت: ۸۴/۱۲/۲۸ - تاریخ تصویب: ۸۵/۴/۱۴)

چکیده

با وجود تجارب جهانی مفید در زمینه بهره‌گیری از کارآفرینی برای توسعه اقتصادی، متأسفانه در کشور ما تاکنون به این مقوله توجه کافی نشده است. این پژوهش با هدف تحلیل موانع توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای در ایران و در چارچوب کلی پژوهش‌های پیمایشی به انجام رسیده است. نمونه آماری این پژوهش تعداد ۱۴۲ نفر از کارآفرینان واحدهای گلخانه‌ای در کشور بوده‌اند که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای با انتساب متناسب، از هشت منطقه کشور انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه‌ای بوده که براساس مرور ادبیات موضوع تهیه شده است. ضریب کرونباخ آلفا به منظور تشخیص پایایی پرسشنامه محاسبه گردیده است که در این پژوهش برابر با ۰/۹۳ شده است که حاکی از پایایی مناسب ابزار پژوهش بوده است. روایی محتوایی پرسشنامه نیز از طریق نظرخواهی از کارشناسان و اساتید مرتبط با موضوع تأیید شده است. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS به عمل آمده است. نتایج حاصل از تحلیل عاملی نشان داده است که عوامل سیاست‌گذاری، اقتصادی، پشتیبانی، آموزشی، زیرساختی و فرهنگی عمده‌ترین موانع توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای در ایران بوده‌اند که در مجموع ۸۳ درصد واریانس را تبیین کرده‌اند. بنابراین پیشنهاد می‌گردد برای توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای به چگونگی سیاست‌گذاری‌های بخش کشاورزی و عوامل اقتصادی پیرامونی فعالیت‌های کارآفرینانه در بخش کشاورزی توجه کافی صورت گیرد.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، توسعه کارآفرینی، واحدهای تولیدی گلخانه‌ای، تحلیل موانع

مقدمه

پایدار و حل معضلات مزمنی همانند کمبود منابع آبی، بهره‌وری پایین، کاهش مستمر سهم سرانه زمین‌های کشاورزی، کمیت و کیفیت پایین محصولات کشاورزی و بیکاری پنهان و آشکار موجود در بخش کشاورزی، لازم است که با تمهیدات و تدابیر سیاستی و حمایتی مناسب، در راستای گسترش یک بخش کشاورزی تجاری با قابلیت رقابت در بازارهای جهانی گام بردارد. سازمان خواروبار جهانی کشاورزی رقابتی را تنها راه حل برای توسعه پایدار کشاورزی می‌داند (۴)

بررسی وضعیت تولید ناخالص داخلی و ارزش افزوده بخش‌های اقتصادی در برنامه چهارم توسعه، نشان می‌دهد که در حال حاضر ارزش افزوده بخش کشاورزی حدود ۱۱۹۴۰۵/۴ میلیارد ریال می‌باشد و انتظار می‌رود که مجموع ارزش افزوده این بخش تا سال ۱۳۸۸ به ۱۶۳۵۹۵/۷ میلیارد ریال با رشد ۶/۵ درصد برسد (۲). بخش کشاورزی ایران برای حرکت در راستای تحقق یک رشد مستمر طبق برآوردهای مزبور، همسویی متعادل با چالش‌های برخاسته از روند جهانی شدن، حرکت در راستای توسعه کشاورزی

یکی از گزینه‌های مناسب در جهت تجاری و رقابتی

شدن بخش کشاورزی و حضور فعال آن در بازارهای جهانی توسعه واحدهای تجاری بهره‌برداری گلخانه‌ای می‌باشد. پژوهش حاضر در صدد است تا به موضوع تحلیل موانع توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای بپردازد، تا ضمن بررسی مسائل و موانع توسعه کارآفرینی در آنها، راهکارهای ممکن و مناسب برای توسعه کارآفرینی در این واحدها ارائه نماید.

از آنجا که هیچ تعریف پذیرفته شده جهانی در مورد کارآفرینی وجود ندارد، ارائه یک تعریف جهان‌شمول از کارآفرینی بسیار مشکل می‌باشد. پژوهش‌گران مختلف، به فراخور حیطه فعالیت خود، هریک تعریف ویژه‌ای از کارآفرینی را ارائه داده‌اند. اما چیزی که در مورد آن توافق وجود دارد، اهمیت و نقش کارآفرینی در رشد و توسعه اقتصادی جوامع می‌باشد، به گونه‌ای که امروزه نقش کارآفرینان را در توسعه اقتصادی مهم‌تر از سرمایه می‌دانند. واژه کارآفرینی ترجمه کلمه فرانسوی "Entreprender" به معنای "متعهد شدن" است که واژه انگلیسی آن "Entrepreneur" می‌باشد. در فرهنگ وبستر واژه "Entrepreneur" به فردی اطلاق می‌شود که مخاطره‌های یک بنگاه یا فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل می‌کند (۱۳).

واژه‌های بنگاه^۱، کارآفرینی^۲ و کسب و کار کوچک^۳ اغلب به جای یکدیگر بکار می‌روند. کارآفرینی، بیشتر در ایالات متحده آمریکا و کانادا رایج است، در حالی که بنگاه اغلب در انگلستان و استرالیا استفاده می‌شود (۱۱). اخیراً برخی از پژوهش‌گران پیشنهاد کرده‌اند که کارآفرینی به ایجاد کسب و کارهای مخاطره‌آمیز جدید اطلاق گردد (۲۵). کاتز (۱۹۹۱) معتقد است که کسب و کار کوچک یک زیر بخش^۴ کارآفرینی است، در حالی که برخی دیگر معتقدند که کسب و کار کوچک یک بخش جدایی‌ناپذیر کارآفرینی است (۲۲). گیب (۱۹۸۷) و جانسون (۱۹۸۸) معتقدند که جوهره کارآفرینان بنگاه است (۲۱، ۱۶).

اقتصاددانان نخستین کسانی بودند که در نظریه‌های اقتصادی خود به تشریح کارآفرینی پرداخته‌اند و از کارآفرینی به عنوان موتور توسعه اقتصادی نام برده‌اند. علوم مدیریت، روانشناسی و جامعه‌شناسی نیز هریک از دیدگاه خود به بررسی کارآفرینی پرداخته‌اند. هرچند که در علوم مختلف پژوهش‌های متعددی در زمینه کارآفرینی به انجام رسیده است، اما در کشاورزی توجه چندانی به آن صورت نگرفته است و ادبیات مرتبط با کارآفرینی در کشاورزی بسیار محدود می‌باشد (۶، ۸، ۲۳، ۳۳). باید توجه داشت که کارآفرینی کشاورزی ماهیتاً با کارآفرینی در محیط‌های شهری تفاوتی ندارد. کارآفرینی در نواحی روستایی در جستجوی ترکیب واحدی از منابع در حیطه فعالیت‌های کشاورزی و غیرکشاورزی است. با این حال پیوندهای متقابل میان اهداف اقتصادی و اجتماعی یک فرد کارآفرین، در نواحی روستایی در قیاس با نواحی شهری بسیار بیشتر است (۲۹). امروزه کارآفرینی کشاورزی به عنوان یک بخش مکمل اقتصاد مطرح می‌باشد (۱۵) و فعالیت‌های کارآفرینانه به عنوان پاسخی به رکود و مشکلات موجود در بخش کشاورزی و همچنین به عنوان یک استراتژی بقاء برای خانوار روستایی در نظر گرفته می‌شوند (۷، ۱۰، ۱۲، ۱۴، ۲۰). کارآفرینان کشاورزی به خاطر روش‌های تولید، محیط فعالیت و پایداری تولید خود، در قبال جامعه مسئول می‌باشند. همین امر سبب شده است که کارآفرینی کشاورزی بسیار پیچیده و نیاز به توجه و علاقه زیادی داشته باشد (۱۵). توسعه محصولات نوآورانه و کسب و کارهای جدید در کشاورزی، یک اولویت اساسی در سیاست‌گذاری‌ها می‌باشد، چرا که ضرورت افزایش نوآوری در تولید محصولات و ایجاد بازارهای جدید بیشتر شده است (۲۴). در طی دهه گذشته، در اروپا، توسعه کارآفرینی کشاورزی یکی از سیاست‌های مورد توجه برای افزایش ارزش تولیدات کشاورزی بوده است. بنابراین، تجدید ساختار بخش کشاورزی در نتیجه تغییر در سیاست‌های ملی و بین‌المللی، تقاضا برای فعالیت‌های کارآفرینانه در بین کشاورزان را افزایش داده است (۹). گرایش‌های متغیر در بازارهای جهانی نیز بخش کشاورزی و کسب و کارهای کشاورزی را تحت تاثیر خود قرار داده است. در روند جهانی

1. enterprise
2. entrepreneurship
3. small business
4. Sub - Set

اقتصادی، عدم وجود خدمات مشاوره‌ای و سایر کمک‌های فکری، مهارتی و مالی، ریسک بالای کار کارآفرینانه، عدم اعتماد به توانایی‌های خود، فقدان مهارت‌های کارآفرینانه، نداشتن یک ایده کارآفرینانه مناسب و عدم آگاهی کافی از بازار منطقه و بی‌انگیزه بودن آنها تعیین گردیده است (۳۰).
تبیجی و ویکری در پژوهشی در سال ۱۹۸۸، توسعه کارآفرینی را متأثر از رویه‌ها و سیاست‌های دولت و شرایط اجتماعی اقتصادی دانسته‌اند (۳۴). در سال ۱۹۸۷ پژوهشی توسط گردون و همکاران انجام شده که در آن مروجان نظام ترویج تعاونی نسبت به کسب و کارهای بدیل کشاورزی دیدگاه‌های خود را مطرح کرده‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان داده است که از دیدگاه مروجان ترویج تعاونی، عواملی همانند فقدان مهارت‌های بازاریابی، فقدان اطلاعات درباره کسب و کارهای بدیل کشاورزی و فقدان مهارت‌های عمومی مدیریت شغلی، مانع از موفقیت کسب و کارهای بدیل کشاورزی شده است (۱۷).

صمد آقایی (۱۳۷۸) در پژوهشی، با عنوان مطالعات جامع کارآفرینی، به بررسی تنگناهای توسعه کارآفرینی در ایران پرداخته است. در این پژوهش، موانع بیرونی و درونی کارآفرینی در تعداد نه شرکت مورد بررسی قرار گرفته است. براساس نتایج این پژوهش مهم‌ترین موانع بیرونی کارآفرینی در شرکت‌های مورد مطالعه، قانون کار، قانون تامین اجتماعی، زیاد بودن نرخ بیمه، قانون مالیات‌ها و عوارض، قانون صادرات و واردات، قوانین پولی و بانکی، عدم امنیت اقتصادی و سرمایه‌گذاری، دخالت دولت در کلیه امور اقتصادی کشور، دیوان سالاری شدید و روابط خارجی ایران با سایر کشورها بوده است. همچنین مهم‌ترین موانع درونی کارآفرینی در شرکت‌های مورد مطالعه، تهدیدگرا بودن آنها، عدم ارائه فرصت‌های کافی به کارکنان برای پی‌گیری افکار جدید و فراهم نکردن آموزش‌های لازم در زمینه کارآفرینی برای کارکنان خود ذکر گردیده است.

رضازاده صابر (۱۳۷۹) در پژوهشی تحت عنوان "راههای توسعه کارآفرینی زنان در ایران" چهار راهکار شامل قابلیت آفرینی از طریق افزایش دانش و مهارت، ایجاد فرصت‌های کسب و کار در بخش‌های مختلف اقتصادی، واگذاری

شدن لازم است که مدیریت کیفیت تولید و بازاریابی بهبود یابد تا محصولات مطابق با استانداردهای جهانی تولید شوند، زیرا افزایش کیفیت تولیدات مطابق با استانداردهای جهانی، رقابت‌پذیری آنها را افزایش می‌دهد و سبب می‌شود این محصولات به بازارهای بین‌المللی راه پیدا کنند. به همین ترتیب فرایند کسب و کارهای کشاورزی باید بازار محور باشد، به گونه‌ای که کارفرمایان آنچه را که بازار نیاز دارد تولید کنند؛ نه آنچه را که خود می‌توانند تولید نمایند. بنابراین دولت‌ها باید سیاست‌هایی را برای تقویت کسب و کارهای کشاورزی تدوین نمایند (۲۸).

مبحث کارآفرینی و پژوهش‌های مرتبط با آن در کشور ما بسیار جوان می‌باشد و پژوهش‌های انجام گرفته در مورد کارآفرینی کم تعداد هستند انجام گرفته است. در ادامه به برخی از پژوهش‌های مرتبط با موضوع در ایران و جهان اشاره می‌شود.

حسین (۱۹۹۸) محدودیت‌های توسعه کارآفرینی در صنایع کوچک پنگلادش را هزینه‌های دولتی، سیاست‌های تجاری، مشکلات اداری و قانونی و محدودیت‌های مالی ذکر کرده است. مرکز پایش جهانی کارآفرینی^۱ در پژوهشی که در سال ۲۰۰۰ انجام داده است، نتیجه گرفته است که نگرش‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه و مردم در انگلستان عمده‌ترین و اصلی‌ترین مانع رشد کارآفرینی در این کشور بوده‌اند، زیرا در انگلستان نگرش مثبتی نسبت به خود اشتغالی و کسب و کار کوچک وجود ندارد (۳۰). شری و همکاران (۲۰۰۱) مشکلات دستیابی به منابع مالی مورد نیاز کارآفرینان را از موانع توسعه کارآفرینی بیان نموده‌اند. مایکلی و همکاران (۲۰۰۱) قوانین و مقررات اداری و دولتی و قوانین مالیاتی را مانع توسعه کارآفرینی دانسته‌اند (۳۲، ۲۷). هندرسون و رابرتسون (۱۹۹۹) بیان کرده‌اند که نظام آموزشی و سیستم مشاوره‌ای در بریتانیا، یک مانع بازدارنده در زمینه رفتار کارآفرینانه در جامعه است. در مطالعه‌ای در دانشگاه متروپولیش^۲ انگلیس، مهم‌ترین موانع اثرگذار بر رفتار کارآفرینانه در میان افراد، موانع مالی -

1. Global entrepreneurship Monitor

2. Metropoliton

مواد و روش‌ها

همان‌گونه که پیش‌تر نیز اشاره گردیده است، این پژوهش با هدف تحلیل موانع توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای انجام شده است. منظور از توسعه کارآفرینی در این پژوهش رشد کمی و کیفی واحدهای تولیدی گلخانه‌ای بوده است. رشد کمی به معنی سودآوری و رشد عملکرد مالی و رشد کیفی به معنی ویژگی‌های کارآفرینانه بوده است. روش پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی، براساس میزان نظارت و درجه کنترل از نوع میدانی و از لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها از نوع پژوهش‌های توصیفی است. از بین روش‌های پژوهش توصیفی نیز، این پژوهش از روش پیمایشی استفاده نموده است. جامعه آماری پژوهش کارآفرینان واحدهای تولیدی گلخانه‌ای بوده‌اند. لازم به یادآوری است که در این پژوهش، منظور از کارآفرینان، افراد نوآور و ریسک‌پذیری بوده‌اند که اقدام به راه‌اندازی یک واحد تولیدی گلخانه‌ای نموده‌اند و ضمن ارائه محصولات و خدمات جدیدی در زمینه تولید محصولات گلخانه‌ای، توانسته‌اند سه تا پنج سال خود را در بازار حفظ نموده و واحد تولیدی خود را به یک سودآوری مطابق با اهداف راه‌اندازی آن برسانند. جامعه آماری تعداد ۱۱۰۵ واحد تولیدی گلخانه‌ای برآورد. با ویژگی‌های کارآفرینانه بوده است. با توجه به اهمیت و تاثیر نمونه‌گیری در نتایج پژوهش، تلاش گردیده است تا نمونه‌های آماری به گونه‌ای انتخاب گردند که معرف کل کشور باشند. بنابراین بر اساس طبقه‌بندی وزارت جهاد کشاورزی که مناطق مختلف کشاورزی کشور را به هشت منطقه تقسیم نموده است، با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه ای با انتساب متناسب، اقدام به نمونه‌گیری شده است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران برابر با ۱۴۲ نفر در نظر گرفته شده است. برای دستیابی به موانع کارآفرینان واحدهای تولیدی گلخانه‌ای، موانعی که از بررسی ادبیات موضوع و مصاحبه‌های نیمه‌ساختمند با چند کارآفرین واحدهای گلخانه‌ای بدست آمده است، مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. در ابزار پژوهش تعداد ۵۴ مانع کارآفرینان واحدهای تولیدی گلخانه‌ای مورد بررسی قرار گرفته است. نحوه تکمیل پرسشنامه‌ها مراجعه پژوهش‌گر به واحدهای تولیدی گلخانه‌ای جزو نمونه آماری بوده است. جهت تعیین اعتبار

امکانات کسب و کار از جمله تسهیلات مالی و تشکیل شبکه‌های محلی، منطقه‌ای و جهانی را برای توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه در میان زنان ایرانی پیشنهاد نموده است.

مقیمی (۱۳۷۹) در پژوهشی به بررسی موانع کارآفرینی در صنعت کشور و ارائه راهکارهای اساسی جهت توسعه کارآفرینی پرداخته است. بر اساس نتایج این پژوهش، نظام پاداش مبتنی بر عملکرد کارکنان در شرکت‌ها برقرار نیست و پرداخت حقوق بر مبنای کارایی صورت نمی‌گیرد. مدیران فاقد ویژگی خطرپذیری و تفکر سیستمی هستند. از طرف دیگر، کارکنان نیز انگیزه موفقیت، خطرپذیری و تحمل اختلاف سلیقه ندارند. همچنین نتایج این پژوهش نشان داده است که، شرکت‌ها فاقد نظام‌های پژوهش و توسعه، بازاریابی و فروش، ارزیابی عملکرد، بودجه بندی و نظام‌های اطلاعاتی مدیریت هستند و از راهبردهای رهبری هزینه و نوآوری هزینه استفاده نمی‌کنند. نامبرده نتیجه گرفته است که سیاست‌های دولت، مشکلات قانونی و فرهنگی از موانع توسعه کارآفرینی در صنعت کشور است.

لامعلی (۱۳۸۱) در پژوهشی، با عنوان آموزش کارآفرینی در ایران و بررسی موانع قانونی رشد کارآفرینی در صنایع کوچک ایران، به بررسی مشکلات قانونی رشد کارآفرینی در صنایع کوچک پرداخته است. براساس نتایج این پژوهش قوانین ومقررات وضع شده توسط دولت در عرصه اقتصاد نه تنها بسترهای مناسب برای فعالیت‌های کارآفرینی و تولیدی فراهم نکرده است، بلکه قوانین ومقررات وضع شده، به عنوان مانعی جهت رشد کارآفرینی در صنایع کوچک عمل کرده است. نتایج این پژوهش نشان داده است که موانع قانونی رشد کارآفرینی در پنج زمینه راه‌اندازی کسب و کار، قانون کار، اعتبارات بانکی، مقررات صادرات و واردات و مالیات و عوارض همراه با ضعف دولت در انجام وظایف اصلی و اولیه همانند تضمین حقوق مالکیت، تامین ثبات کلان اقتصادی، فراهم کردن کالاهای عمومی موجب پایین آمدن رشد کارآفرینی در صنایع کوچک گردیده است.

موانع توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای را تبیین نمایند.

جدول ۱- تعداد عوامل استخراج شده همراه با مقدار ویژه، درصد واریانس و درصد تجمعی واریانس آن‌ها

ردیف	عوامل	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد تجمعی واریانس
۱	عامل اول	۴/۱۲	۲۰/۹۱	۲۰/۹۱
۲	عامل دوم	۳/۸۵	۱۵/۰۲	۳۵/۹۳
۳	عامل سوم	۲/۷۶	۱۴/۱۸	۵۰/۱۱۲
۴	عامل چهارم	۲/۴۶	۱۲/۴۷	۶۲/۵۹
۵	عامل پنجم	۱/۲۱	۱۰/۵۰	۷۳/۱
۶	عامل ششم	۱/۰۷	۱۰/۴۵	۸۳/۵۵

در پژوهش حاضر برای چرخش عاملی از روش وریماکس استفاده شده است. بعد از مرحله چرخش، متغیرهایی که مربوط به هر عامل هستند، به صورت ستونی مشخص می‌گردند. نتایج چرخش عامل‌ها در جدول ۲ آمده است.

پس از پردازش گویه‌های نمایانگر بازدارنده‌های توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای در ایران، به هم‌وابستگی مفهومی آنها جهت رسیدن به یک مولفه مفهومی نمایا و نام‌گذاری عوامل به دست آمده از تحلیل عاملی اقدام گردیده است. در جدول ۲ هر یک از عوامل و متغیرهای مربوط به آن عامل همراه با عاملی و گویه‌های پوشاننده آنها آرایه شده است.

با توجه به نتایج حاصل از تحلیل عاملی موانع توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای در ایران می‌توان گفت که سیاست‌گذاری‌های نامناسب یکی از موانع اساسی در توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای به شمار می‌رود. اتخاذ تصمیمات سیاست‌گذاری به شیوه آگاهانه و براساس شواهد تجربی، بسیار حائز اهمیت است. بنابراین می‌توان گفت که نامناسب بودن سیاست‌گذاری‌های مرتبط با توسعه واحدهای گلخانه‌ای مهم‌ترین مانع توسعه کارآفرینی در این واحدها می‌باشد.

محتوایی ابزار پژوهش، پرسشنامه مقدماتی را در اختیار متخصصین قرار داده و از آنها نظرخواهی و اصلاحات لازم انجام گردیده است. در پژوهش حاضر به منظور محاسبه قابلیت اعتماد از روش آلفای کرونباخ استفاده گردیده است. در ۳۰ پرسشنامه‌ای که در ابتدای کار به صورت پیش‌آزمون تکمیل شده است، مقدار آلفای کرونباخ ۰/۹۳ محاسبه گردیده که حاکی از پایایی مناسب ابزار پژوهش بوده است. از آنجایی که شناسایی موانع تاثیرگذار بر فرآیند توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای نیازمند پردازش مولفه‌های زیربنایی متغیرهای شناخته شده بوده است، از اینرو در پژوهش حاضر به منظور دسته‌بندی موانع، از تحلیل عاملی اکتشافی با رویکرد تلخیص داده‌ها استفاده شده است که در ادامه یافته‌های تحلیل عاملی ذکر گردیده است.

نتایج و بحث

به‌منظور تعیین مناسب بودن داده‌ها برای تحلیل عاملی از ضریب K.M.O. و آزمون بارتلت استفاده شده است. در این پژوهش مقدار MSA (که در کامپیوتر با KMO بیان می‌گردد) برابر با ۰/۷۹ به دست آمده است و چون بالاتر از ۰/۷۵ بوده است، نشان داده است که وضعیت داده‌ها برای تحلیل عاملی در حد «خوب» بوده است. مقدار آماره بارتلت نیز برابر با ۴۲۲/۵۳۱ به دست آمده که در سطح ۱٪ معنی‌دار بوده است. بنابراین داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی مناسب بوده‌اند.

برای تعیین تعداد عوامل براساس ملاک کیسر^۱ عمل شده است. در جدول شماره ۱ تعداد عوامل استخراج شده همراه با مقدار ویژه هر یک از آنها، درصد واریانس هر یک از عوامل و درصد تجمعی واریانس عوامل آمده است.

مقدار ویژه، بیانگر سهم هر عامل از کل واریانس متغیرها می‌باشد. و هر چه مقدار آن بزرگتر باشد، نشان دهنده اهمیت و تأثیر بیشتر آن عامل است. عامل اول بیشترین سهم (۲۰/۹۱٪) و عامل هشتم کم‌ترین سهم (۱۰/۴۵٪) را در تبیین واریانس کل متغیرها داشته‌اند و در مجموع شش عامل مذکور توانسته‌اند ۸۳/۵۵٪ از کل واریانس عوامل

وجود آموزش‌های فنی در مورد محصولات گلخانه‌ای، عدم اطلاع کافی در مورد چگونگی صادرات محصولات گلخانه‌ای، عدم وجود برنامه‌های آموزشی و ترویجی در مورد نحوه صادرات محصولات گلخانه‌ای بوده است. بنابراین لازم است تا با مورد توجه قرار دادن آموزش‌های مذکور، در جهت از میان برداشتن موانع آموزشی و اطلاعاتی کارآفرینان واحدهای تولیدی گلخانه‌ای اقدام نمود.

نتایج تحلیل عاملی نشان داده است که عدم دسترسی به نهاده‌های مورد نیاز واحدهای تولیدی گلخانه‌ای یکی از موانع بهبود رشد کمی و کیفی این واحدها می‌باشد. در این راستای لازم است که حمایت‌های نهاده‌ای و پشتیبانی لازم از کارآفرینان و صاحبان کسب و کارهای گلخانه‌ای در زمینه تسهیل دسترسی آنها به منابع و نهاده‌های مورد نیاز برای راه‌اندازی و توسعه کسب و کارهای مربوطه عمل آید.

موانع زیرساختی یکی از موانع فراروی کارآفرینان واحدهای گلخانه‌ای بوده است. با وجود ضعف در سیستم حمل و نقل زمینی و هوایی، عدم وجود سردخانه‌های مناسب برای نگهداری محصولات گلخانه‌ای برای عرضه به موقع، عدم وجود سیستم‌های مکانیزه بسته‌بندی محصولات گلخانه‌ای، عدم وجود مراکز تحقیقاتی مناسب در مورد محصولات گلخانه‌ای، عدم وجود گلخانه‌های تولیدی الگویی و عدم وجود تعاونی‌ها و تشکل‌های مورد نیاز برای صادرات محصولات گلخانه‌ای روند افزایش توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ایکم خواهد بود. بنابراین برای تحقق اهداف برنامه چهارم در خصوص توسعه واحدهای گلخانه‌ای در کشور، ابتدا بایستی زیرساخت‌های مورد نیاز برای توسعه این واحدها را فراهم نمود تا بتوان نسبت به بهبود رشد کمی و کیفی آنها امیدوار بود.

با توجه به تحلیل یافته‌های حاصل از این پژوهش، می‌توان در راستای توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای در ایران پیشنهادات زیر را ارائه نمود:

- مقررات رایجی که برای سرمایه‌گذاری در زمینه توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای محدودیت ایجاد می‌کند یا مانع از سودآوری آنها می‌شود باید کاهش یابد، آسان شود و یا حذف شود.

از اینرو بایستی در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های بخش کشاورزی برای توسعه واحدهای تولیدی گلخانه‌ای در راستای از میان برداشتن مقررات دست و پا گیر اخذ وام‌های بانکی و صادرات محصولات گلخانه‌ای، فراهم نمودن امنیت برای سرمایه‌گذاری در توسعه واحدهای گلخانه‌ای، ایجاد هماهنگی لازم بین ادارات و سازمان‌های ذیربط در امر صادرات محصولات گلخانه‌ای، تدوین سیاست‌های مناسب ارزی برای حمایت از محصولات گلخانه‌ای و بهبود وضعیت نظام بیمه محصولات گلخانه‌ای زمینه‌های لازم را برای رشد کمی و کیفی واحدهای تولیدی گلخانه‌ای فراهم نمود.

نتایج، حاکی از وجود موانع اقتصادی برای افزایش رشد کمی و کیفی واحدهای تولیدی گلخانه‌ای بوده است. با توجه به هزینه‌بری و سرمایه‌بری راه‌اندازی و گردانش بهینه و اقتصادی واحدهای گلخانه‌ای و دسترسی مقتضی به منابع اعتباری و مالی برای جامه عمل پوشاندن به ایده‌های کارآفرینانه و توسعه کسب و کارهای گلخانه‌ای، لازم است که با تعیین نرخ بهره‌های پایین وام‌های بانکی و حمایت بانک‌ها و موسسات مالی از واحدهای تولیدی گلخانه‌ای نسبت به افزایش نقدینگی واحدهای گلخانه‌ای به منظور بهبود رشد کمی و کیفی این واحدها اقدام نمود. هم‌چنین با توجه به اهمیت تسهیلات حمل و نقل هوایی برای صادرات محصولات گلخانه‌ای، نیاز است تا با فراهم نمودن امکان حمل و نقل سریع و ارزان محصولات گلخانه‌ای، زمینه لازم را برای صادرات این تولیدات هموار نمود.

صاحبان کسب و کارها و واحدهای گلخانه‌ای در جایگاه نوآور، مدیر، برنامه‌ریز و تصمیم‌گیرنده و کارگزار اقتصادی، محور پیش‌برنده فرآیند کارآفرینی به شمار می‌روند. آموزش گلخانه‌داران با بهسازی دانشی، بینشی، مهارتی و اطلاعاتی آنها نقش بسزایی را در توسعه قابلیت‌ها و توانمندی آنها در توسعه کارآفرینانه کسب و کارهای مربوطه ایفا می‌نماید. نتایج این پژوهش نیز حاکی از نبود آموزش‌های مهارت‌های کارآفرینانه، عدم وجود خدمات مشاوره‌ای، نبود اطلاعات کافی از بازار داخلی، عدم اطلاع از بازارهای خارجی، عدم وجود آموزش در مورد ایجاد گلخانه‌های استاندارد، عدم

جدول ۲- نتایج حاصل از چرخش عامل‌ها به روش وریماکس

نام عامل	گویه‌ها	بار عاملی	شماره متغیرها	عامل‌ها	
سیاستگذاری	مقررات دست و پا گیر اخذ وام های بانکی	۰/۹۵	۲۵۲X	عامل اول	
	قوانین دست و پاگیر صادرات محصولات گلخانه‌ای	۰/۸۶	۲۵۳X		
	عدم وجود امنیت برای سرمایه گذاری در بخش کشاورزی	۰/۷۹	۲۶۱X		
	عدم هماهنگی لازم بین ادارات و سازمان های ذیربط در امر صادرات محصولات گلخانه‌ای	۰/۷۲	۲۶۶X		
	بی ثباتی در سیاست های دولت در مورد واحدهای تولیدی گلخانه‌ای	۰/۷۱	X268		
	نامناسب بودن سیاست های ارزی دولت	۰/۶۶	X269		
	ضعف نظام بیمه محصولات گلخانه‌ای	۰/۶۰	X275		
	محدودیت های قوانین کار	۰/۵۷	X288		
	کمبود نقدینگی و نداشتن سرمایه کافی	۰/۸۱	۲۵۱X		عامل دوم
	عدم حمایت بانکها و موسسات مالی از واحدهای تولیدی گلخانه‌ای	۰/۸۵	۲۵۸X		
بهره بالای وام های بانکی	۰/۷۷	۲۶۰X			
نوسان زیاد قیمت محصولات گلخانه‌ای	۰/۶۵	۲۷۳X			
بالا بودن تعرفه‌های حمل و نقل هوایی	۰/۷۳	۲۸۳X			
قیمت بالای تجهیزات گلخانه‌ای	۰/۸۸	۲۹۲X			
پشتیبانی	عدم دسترسی به نهاده‌های تخصصی همانند کود و سم های تخصصی	۰/۷۹	X254	عامل سوم	
	عدم وجود بعضی از تجهیزات تخصصی گلخانه‌ها	۰/۷۷	X255		
	تهیه تجهیزات گلخانه‌ای	۰/۷۴	X278		
	نبود دسترسی به موقع به سوخت مورد نیاز	۰/۶۷	X279		
	تهیه نهاده های محصولات گلخانه‌ای	۰/۵۶	X289		
آموزشی ترویجی	عدم وجود خدمات مشاوره ای	۰/۸۳	X263	عامل چهارم	
	عدم برگزاری نمایشگاه های بین المللی در کشور در مورد محصولات گلخانه‌ای	۰/۷۸	X262		
	عدم وجود برنامه‌های آموزشی و ترویجی در مورد نحوه صادرات محصولات	۰/۷۷	X264		
	عدم اطلاع کافی در مورد چگونگی صادرات محصولات گلخانه‌ای	۰/۷۴	X272		
	عدم اطلاع از بازارهای خارجی	۰/۷۱	X286		
	عدم وجود آموزش در مورد ایجاد گلخانه‌های استاندارد	۰/۶۵	X293		
	فقدان اطلاعات کافی از بازار داخلی	۰/۵۸	X296		
	عدم وجود آموزش های فنی در مورد محصولات گلخانه‌ای	۰/۵۵	X304		
	نبود آموزشهای مهارت های کارآفرینانه	۰/۵۴	X265		
	عدم وجود تعاونی ها و تشکل های مورد نیاز برای صادرات محصولات گلخانه‌ای	۰/۸۵	۲۵۶X		عامل پنجم
عدم وجود گلخانه‌های تولیدی الگویی	۰/۸۱	۲۹۵X			
عدم وجود سردخانه‌های مناسب برای نگهداری محصولات گلخانه‌ای برای عرضه به موقع	۰/۸۰	X299			
ضعف در سیستم حمل و نقل هوایی	۰/۷۷	۳۰۰X			
عدم وجود مراکز تحقیقاتی مناسب در مورد محصولات گلخانه‌ای	۰/۶۲	۳۰۳X			
ضعف در سیستم حمل و نقل زمینی	۰/۵۷	X280			
فرهنگی	عدم وجود سیستم های مکانیزه بسته بندی محصولات گلخانه‌ای	۰/۵۵	X287	عامل ششم	
	حاکمیت فرهنگ دلالی و واسطه گری	۰/۷۷	۲۷۱X		
	عدم برخورد صادقانه صادر کنندگان و تولیدکنندگان با یکدیگر	۰/۷۵	۲۷۲X		
	رابطه مداری در توزیع نهاده‌ها و اعتبارت	۰/۶۳	۳۰۲X		

تمام کارآفرینان واحدهای تولیدی گلخانه‌ای روشن و آشکار باشد و به طور منظم به روز شوند. ایجاد یک سیستم اطلاعات بازاریابی آن لاین می‌تواند اطلاعات مورد نیاز کارآفرینان واحدهای تولیدی گلخانه‌ای را فراهم نماید.

- کارآفرینان واحدهای تولیدی گلخانه‌ای بسیار ضعیف آموزش دیده‌اند. خدمات نامناسب آموزشی و ترویجی، هزینه‌های ثابت یک فعالیت اقتصادی را برای پذیرش تکنولوژی جدید مورد نیاز تولیدکنندگان واحدهای تولیدی گلخانه‌ای را افزایش می‌دهد. بنابراین، انتظار می‌رود به منظور بهبود کیفیت منابع انسانی، آموزش‌های منظم و پیوسته‌ای فراهم شود.

- برای تشویق صادرات محصولات کشاورزی، سیاست دولت باید به گونه‌ای باشد که پایانه‌های واحدهای تولیدی گلخانه‌ای را توسعه دهد. از طریق چنین پایانه‌هایی، تولیدکنندگان قادر می‌شوند با خریداران بالقوه ملاقات کنند و زمینه صادرات محصولات خود را فراهم نمایند.

- دسترسی آسان به اعتبارات، وام‌های کم بهره و اختصاص ارز مورد نیاز کارآفرینان با نرخ‌های مناسب، بایستی در اولویت سیاست‌های وزارت جهاد کشاورزی برای توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای باشد.

- فراهم نمودن تسهیلات سردخانه‌ای از مهم‌ترین پیش‌نیازها برای توسعه واحدهای تولیدی گلخانه‌ای است؛ زیرا نبود آنها مانع از بهره‌مندی کارآفرینان از مزایای بازارهای جدید می‌شود.

- دولت در موفقیت کارآفرینانی که می‌خواهند فعالیت‌های‌شان را جهانی کنند، نقش ارزنده‌ای دارد. با حمایت‌های دولت کارآفرینان واحدهای تولیدی گلخانه‌ای قادر می‌شوند تا بازارهای خود را توسعه داده و به بازارهای جهانی راه پیدا نمایند. از اینرو دولت باید فرصت‌های بازاریابی برای تولیدات کشاورزی را در بازارهای داخلی و خارجی، شناسایی کند؛ که از جمله این مسائل شناسایی تولیدکنندگان محصولات صادراتی و قوانین و مقررات در بازارهای هدف را شناسایی کند. همه این اطلاعات باید برای

REFERENCES

منابع مورد استفاده

۱. رضازاده‌صابر، ف. ۱۳۷۹. راهکارهای توسعه کارآفرینی زنان در ایران. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد در رشته مدیریت صنعتی، سازمان مدیریت صنعتی.
۲. سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، ۱۳۸۳. سند برنامه چهارم توسعه اقتصادی اجتماعی جمهوری اسلامی ایران. تهران، انتشارات سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی
۳. صمد آقایی، ج. ۱۳۸۲. مطالعات جامع کارآفرینی. سازمان گسترش و نوسازی ایران.
۴. فائو. ۱۹۹۳. کشاورزی به سوی ۲۰۱۰ (ترجمه و انتشار: دفتر تولید برنامه‌های ترویجی و انتشارات فنی معاونت ترویج سازمان نات وزارت کشاورزی). وزارت کشاورزی، تهران، ۱۳۷۶
۵. لامعی، ب. ۱۳۸۱. توسعه و آموزش کارآفرینی در ایران: موانع و راهکارها. وزارت کار و امور اجتماعی، مؤسسه کار و تأمین اجتماعی.
۶. مقیمی، م. و م. زالی. ۱۳۷۹. بررسی موانع کارآفرینی در صنعت کشور و ارائه راهکارهای اساسی جهت توسعه کارآفرینی. جهاد دانشگاهی.
7. Benjamin, C. 1990. "The growing importance of diversification activities for French farm households", *Journal of Rural Studies*, Vol. 10 No.4, pp.331-42
8. Blaug, M. 2000. "Entrepreneurship Before and After Schumpeter." In Swedberg, ed. *Entrepreneurship*. Oxford: Oxford University Press, pp. 76-88.
9. Borch, O.J., & S. Forsman. 2001. "The competitive tools and capabilities of micro firms in the Nordic food sector - a comparative study", *The Food Sector in Transition - Nordic Research*, Proceedings of NJF-seminar No. 313, June 2000, NILF-report 2001:2, Ås, NILF,

10. Bowler, I., G. Clark, A. Crockett, B. Ilbery, & A. Shaw. 1996. "The development of alternative farm enterprises: a study of family labour farms in the Northern Pennines of England", *Journal of Rural Studies*, Vol. 12 No:3, pp.285-95.
11. Breen, J. 2004. Enterprise, entrepreneurship and small business: where are the boundaries? *International Journal of Entrepreneurship and Small Business* 2004 - Vol. 1, No.1/2. pp. 21 - 34
12. Champagne, P., G. Carrère, & E. Valschini. 1990. "Three agricultural regions of France: three types of pluriactivity", *Journal of Rural Studies*, Vol. 6 No.4, pp.415-22
13. Cochran, T. 1986. Entrepreneurship, in D.L. Sills(ed). *International Encyclopedia of the Social Sciences*, New York: Free Press. Copyright © 2004 Inderscience Enterprises Ltd.
14. Damianos, D., & D. Skuras. 1996. "Farm business and the development of alternative farm enterprises: an empirical analysis in Greece", *Journal of Rural Studies*, Vol. 12 No.3, pp.273-83.
15. Enting, et al. 2002. MODERN AGRICULTURAL ENTREPRENEURSHIP: Management Tasks. The research is part of the project 'The mystery of entrepreneurship', and is being carried out jointly by the Institute of Agricultural and Environmental Engineering (IMAG), Stoas Research, Research Institute for Animal Husbandry (PV) and Applied Plant Research – glasshouse and horticulture (PPO).
16. Gibb, A.A. 1987. Enterprise culture – its meaning and implications for education and training', *Journal of European Industrial Training*, Vol. 11, No. 2, pp.2-38.
17. Grudens-Schuck, N., A. Knoblauch, & J. Green. 1987. "Farming Alternatives: Results of a Survey of Cooperative Extension Field Staff Regarding Alternative Farming Enterprises." *Farming Alternatives Program*,
18. Henderson, R., & M. Robertson. 1999. "Who wants to be an entrepreneur? Young attitudes to entrepreneurship as a career", *Education+Training*, Vol. 41 No.5, pp.236-45.
19. Hossain, N. 1998. Constraints to SMEs Development in Bangladesh, *Institutional Reform and the Informal Sector (IRIS)*.
20. Ilbery, B.W. 1991. "Farm diversification as an adjustment strategy on the urban fringe of the West Midlands", *Journal of Rural Studies*, Vol. 7 No.3, pp.207-18
21. Johnson, C. 1988. 'Enterprise education and training', *British Journal of Education and Work*, Vol. 2, No. 1, pp.26-35.
22. Katz, J.A. 1991. 'Endowed positions: entrepreneurship and related fields', *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 15, No 3, Spring, pp.53-67..
23. Kirzner, I. 1979. *Perception, Opportunity and Profit*. Chicago: Chicago University Press.
24. Knudson, et al. 2004. Entrepreneurship and Innovation in the Agri-Food System. *Amer. J. Agr. Econ.* 86 (Number 5, 2004):1330-1336
25. Kourilsky, M. L. 1995 *Entrepreneurship Education: Opportunity in Search of Curriculum*, Centre for Entrepreneurial Leadership – Ewing Marion Kauffman Foundation, Missouri.
26. Lombard, J.A., & W.B. Vosloo. 1994. "Perspectives on the Interaction between Entrepreneurship and Economic Growth." In W.B. Vosloo, ed. *Entrepreneurship and Economic Growth*. Pretoria: HSRC Publishers, pp. 5-20.
27. Michaelis, C., K. Smith, & S. Richards. 2001. *Regular Survey of Small Business Opinions: First Survey – Final Report, Data build*, Birmingham.
28. Nainggolan, K. 2003. Policies and Programs for Promoting the Development of Agribusiness Enterprises, report of the APO seminar on development of Agribusiness Enterprises, Indonesia, 20-24 november 2000, Published by APO.
29. Petrin, T. 1994. Entrepreneurship as an Economic Force in Rural Development, Keynote Paper Presented at the Seventh FAO/REU International Rural Development Summer School, Herrsching, Germany, 8-14 September 1994.
30. Robertson, M. et al. 2003. Barriers to start-up and their effect on aspirant entrepreneurs, *Education & Training*; Volume 45 Number 6, pp. 308-316

31. Shurry, J., S. Lomax, & S. Vyakarnam. 2001. Household Survey of Entrepreneurship, IFF Research, London.
32. Small Business Service (SBS). 2002. Small Firms: Big Business!, SBS, London, .
33. Swedberg, R. 2000. "The Social Science View of Entrepreneurship." In R. Swedberg, ed. Entrepreneurship. Oxford: Oxford University Press, pp. 7-44.
34. Tyebjee, T. & L. Vickery. 1988. Enture capital in Western Europe. Journal of Business.