



دانشگاه گوارزی و منابع طبیعی

نشریه کارآفرینی در کشاورزی

جلد هشتم، شماره اول، بهار ۱۴۰۰

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

صفحات: ۳۰-۱۷

DOI: 10.22069/JEAD.2021.19363.1517

## توسعه کسب و کارهای روستایی در پرتو زیست‌بوم کارآفرینی

هادی مؤمنی‌هلالی<sup>۱\*</sup>، عنایت عباسی<sup>۲</sup>، حسن صدیقی<sup>۳</sup>

<sup>۱</sup>دانش‌آموخته دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

<sup>۲</sup>دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

<sup>۳</sup>دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۵/۰۹؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۵/۲۱

### چکیده

امروزه کارآفرینی و توسعه کسب و کار روستایی در کشورهای در حال توسعه بسیار حائز اهمیت است. زیست‌بوم کارآفرینی هم به‌عنوان بستری در جهت رشد و توسعه کسب و کارهای روستایی مورد توجه است. بر این اساس تحقیق حاضر با مرور مطالعات به دنبال تحلیل نقش زیست‌بوم کارآفرینی در توسعه کسب و کارهای روستایی است. به‌رغم تلاش‌هایی که در حوزه‌های مختلف در جهت توسعه کارآفرینی و کسب و کار روستایی می‌شود، اما در عمل، رشد مناسب و پایداری مشاهده نمی‌شود. چرا که کارآفرینان با موانع متعددی که ناشی از نامناسب بودن زیست‌بوم کارآفرینی است، مواجه هستند. طبق نتایج، وجود رویکرد هم‌جانبه در فراهم شدن زیست‌بوم مطلوب کارآفرینی جهت توسعه کسب و کارهای روستایی بسیار حائز اهمیت است. از طرفی ویژگی‌های منطقه‌ای، برتری‌های مطلق، نسبی و یا رقابتی موجود در یک منطقه روستایی که در توسعه کسب و کارها موثر هستند نباید از اذهان دور نگه داشته شود، چراکه هر منطقه روستایی با توجه به شرایط و پتانسیل‌های خاص خود، فرآیندهای کارآفرینی مختص به خود و متفاوت با سایر مناطق روستایی را دارا است. در پایان نیز پیشنهادات کاربردی و مطالعاتی برای دست‌اندرکاران و پژوهشگران این حوزه ارائه شده است.

**واژه‌های کلیدی:** توسعه روستایی، کارآفرینی روستایی، زیست‌بوم کارآفرینی.

\*نویسنده مسئول: [hadi\\_moumeni@modares.ac.ir](mailto:hadi_moumeni@modares.ac.ir)

## مقدمه

روستاها کهن‌ترین شکل سکونت‌گاه‌های بشری هستند (علوی زاده، ۱۳۹۶). پیامدهای ناشی از عدم توسعه‌یافتگی مناطق روستایی از جمله بیکاری، مهاجرت، حاشیه‌نشینی شهری و غیره موجب توجه به مقوله توسعه روستایی شده است (علوی‌زاده، ۱۳۹۶). بر این اساس، توسعه روستاها همواره به عنوان یکی از ارکان سیاست‌گذاری‌ها در برنامه‌های پنج‌ساله ایران بوده است (سند چشم‌انداز ۱۴۰۴، ۱۳۸۲). تودارو معتقد است، راه‌حل نهایی مسئله بیکاری شهری و تراکم جمعیت، بهبود وضعیت روستایی است. لذا، توجه به توسعه روستایی در کشورهای در حال توسعه در اولویت است، چراکه با برقراری تعادل مناسب بین امکانات اقتصادی شهر و روستا و نیز ایجاد شرایط مناسب برای مشارکت وسیع مردم در تلاش‌هایی که برای توسعه ملی صورت می‌گیرد و بهره‌مند شدن از مواهب آن، کشورهای در حال توسعه گام بزرگی در جهت تحقق معنای حقیقی توسعه بر خواهند داشت (فاضل بیگی و یآوری، ۱۳۸۸). نواحی روستایی و عشایری، به معنای واقعی کلمه می‌توانند از طریق توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط رقابت‌پذیر، الگوی واقعی رشد درون‌زا و برون‌گرا را در کشور ارائه دهند. علاوه بر این، تمرکززدایی، توقف روند افزایش جمعیت کلان‌شهرها و شهرهای بزرگ و مقابله با رشد بی‌محابای شهرها و توقف روند سریع تغییر کاربری اراضی کشاورزی در گرو توجه همه‌جانبه به موضوع توسعه روستایی است. به دلیل فقدان تنوع‌بخشی به مشاغل روستایی و عدم ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار مبتنی بر نگاه جامع به بخش‌های مختلف اقتصاد روستایی، نیروی کار مازاد روستایی کماکان فرصت‌های شغلی خود را در نواحی شهری جستجو کرده و دست به مهاجرت می‌زند (ورمزیاری و رازانی، ۱۳۹۵). روستاها نیز همچون شهرها، مملو از

فرصت‌های جدید و کشف نشده هستند که کشف و بهره‌برداری به‌موقع از این فرصت‌ها و ایجاد کسب‌وکارهای جدید و رقابت‌پذیر بر مبنای آن، می‌تواند مزایای اقتصادی چشمگیری برای روستاییان به همراه آورد. تجربه برخی از کشورهای تازه صنعتی شده پرجمعیت (از جمله هند) که طیف وسیعی از جمعیت آنان را روستاییان و کشاورزان تشکیل می‌دهند، بیانگر این نکته است که توجه به مقوله کارآفرینی و توسعه کسب‌وکارها می‌تواند از میزان مهاجرت روستاییان به شهرها بکاهد و به طور نسبی زمینه‌های اشتغال، رفاه و پیشرفت آنان را در همان روستای محل سکونتشان فراهم آورد (امیری و همکاران، ۱۳۹۵). به عبارتی، کارآفرینی روستایی به‌عنوان رویکردی در جهت توانمندسازی جامعه روستایی به‌منظور دستیابی به سطح مطلوب زندگی جامعه بشری موردتوجه است (مؤمنی هلالی و همکاران، ۱۳۹۸ ب)، اما علی‌رغم تلاش‌هایی که در حوزه‌های مختلف در جهت توسعه کارآفرینی انجام شده است، در عمل، رشد مناسب و پایداری در زمینه توسعه کارآفرینی و کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در نواحی روستایی ایران مشاهده نمی‌شود. چراکه کارآفرینان با موانع متعددی از جمله نامناسب بودن محیط و زیست‌بوم کارآفرینی مواجه هستند (علیزاده و همکاران، ۱۳۹۷؛ قمبر علی و همکاران، ۱۳۹۳)، لذا توسعه کارآفرینی از طریق درک عمیق زیست‌بوم کارآفرینی روستایی بسیار حائز اهمیت است و موجب شتاب گرفتن کسب‌وکارها می‌شود (Vlachou et al., 2021؛ حلاج و همکاران، ۱۳۹۹). همچنین، وجود زیست‌بوم کارآفرینی مناسب در مناطق روستایی تضمین‌کننده پایداری کسب‌وکارهای روستایی است (Vlachou et al., 2021؛ مؤمنی هلالی و همکاران، ۱۳۹۸ الف). بنابراین هدف کلی پژوهش حاضر تحلیل

تلاش‌های دانشمندان رفتاری استنتاج شده است که پرسش‌هایشان را به سمت کامل کردن بیشتر دیدگاه تعامل بشر با محیط اجتماعی و فیزیکی‌اش هدایت می‌کنند. بنابراین رهیافت زیست‌بوم، مطالعه فرضیات رفتار بشری در چارچوبی از تعامل‌هایی است که بین افراد و محیطشان رخ می‌دهد (Insel and Moos, 1974).

در حوزه کسب‌وکار و کارآفرینی، اصطلاح زیست‌بوم در ابتدا توسط جیمز مور<sup>۲</sup> در مقاله‌ای در مجله بازاریابی هاروارد در دهه ۱۹۹۰ استفاده شد. مور مدعی است که کسب‌وکار در "خلاء" تکامل نمی‌یابد و بر ماهیت ارتباطی نحوه تعامل شرکت‌ها با تأمین‌کنندگان، مشتریان و سرمایه‌داران تأکید می‌کند (Mason and Brown, 2014). به این ترتیب ایده بنیادی زیست‌بوم کارآفرینانه برای اولین بار ایجاد شد؛ ایده‌ای که با تغییر در مطالعات کارآفرینی مبتنی بر ویژگی‌های شخصیتی و عوامل محیطی (به‌طور مجزا) به سوی دیدگاهی وسیع‌تر که تلفیقی از نقش نیروهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی در فرآیند کارآفرینی است، همراه بود (Dodd and Anderson, 2007). کارهای پنینگز<sup>۳</sup> (۱۹۸۲)، دویینی<sup>۴</sup> (۱۹۸۹)، بهرامی و ون د ون<sup>۵</sup> (۱۹۹۳)، ایوانز<sup>۶</sup> (۱۹۹۵) مفهوم "محیط/ زیست‌بوم کارآفرینانه" را برای تبیین عامل‌های مؤثر اجتماعی و اقتصادی منطقه‌ای نسبت به روند کارآفرینی توسعه دادند (Stam and Spigel, 2016).

**مفهوم زیست‌بوم کارآفرینی:** رویکرد زیست‌بوم کارآفرینی بر اهمیت شرایط محیطی محلی که در آن کارآفرین ظهور می‌کند و کسب‌وکارش رشد می‌کند، تمرکز دارد (Fredin and Lidén, 2020).  
(National Women's Business Council, 2017).

2. James Moore

3. Pennings

4. Dubini

5. Bahrami and Van de Ven

6. Evans

نقش زیست‌بوم کارآفرینی در توسعه کسب‌وکارهای روستایی است.

## روش تحقیق

تحقیق حاضر مبتنی بر مرور مطالعات داخلی و خارجی در راستایی نقش زیست‌بوم کارآفرینی در توسعه کسب‌وکارهایی روستایی انجام شده است. در مطالعه حاضر بعد از بیان تاریخچه زیست‌بوم کارآفرینی بر مفهوم، اهمیت، اصول، ماهیت و چارچوب‌های زیست‌بوم کارآفرینی متمرکز می‌شود. در پایان نیز نتیجه‌گیری و پیشنهادها ارائه می‌شود.

**تاریخچه زیست‌بوم کارآفرینی:** در تجزیه واژه "زیست‌بوم کارآفرینی" کلمه "کارآفرین"، اشاره به فردی دارد که عهده‌دار برنامه‌ریزی و ریسک‌های مربوط به بنگاه خود است (داوری و همکاران، ۱۳۹۶). واژه کارآفرین در سال ۱۸۴۸ توسط میل از کلمه فرانسوی *Entrepreneur* اشتقاق یافته است و به معنی متعهد شدن و بر عهده گرفتن است (صالحی‌امیری و شاه‌حسینی، ۱۳۸۹). از طرفی کلمه "زیست‌بوم" برای اولین بار در اواسط قرن بیستم میلادی توسط تنزلی<sup>۱</sup> (۱۹۳۵)، استفاده شد. او معتقد بود، موجودات زنده نمی‌توانند از محیط زیست و محل سکونت در معنای وسیع کلمه جدا باشند (Christian, 2009). زیست‌بوم به پیچیدگی ارگانیسم‌ها و محیطی که با آن در تعامل می‌باشند، اشاره دارد. ارگانیسم‌ها- انسان یا دیگر موجودات- به واسطه محیطشان تحت تأثیر قرار می‌گیرند. مطالعه سامانمند از محیط، ریشه در علوم زیستی دارد؛ جایی که اصطلاح اکولوژی بیشتر برای زیستگاه حیوانات به کار برده می‌شود. اکولوژی انسان اصطلاحی است که اخیراً در قلمرو جغرافیدان‌ها و جامعه‌شناسان گسترش یافته است. اصطلاح اکولوژی اجتماعی نیز به‌طور اساسی از

1. Tansley

اهمیت زیست‌بوم کارآفرینی: الگوهای رفتاری، انگیزه‌ها، اهداف و میزان موفقیت آن‌هایی که به رفتارهای کارآفرینانه روی می‌آورند و آن را توسعه می‌دهند؛ در میان افراد صنایع، ملت‌ها و نواحی جغرافیایی دارای تنوع فراوانی است. برای مثال در ایالات متحده تلاش‌های کارآفرینانه منجر به کمک‌های قابل ملاحظه‌ای به تولید ناخالص ملی و استاندارد زندگی در نیمه دوم قرن نوزدهم و بیستم میلادی شده است. در حالی که چنین تلاش‌هایی در طول همین دوره در کشور مکزیک که همسایه آمریکا است، چنین اهمیتی نداشته است. این چنین وضعیتی ناشی از زمینه محیطی است که کارآفرینی در آن رخ داده است. تمایلات به سمت نوآوری، ریسک‌پذیری و پیش‌نگری<sup>۲</sup>، ذاتی یک فرد یا جامعه نیست؛ و علاوه بر آن یک رویداد شانسی و تصادفی هم نیست؛ بلکه کارآفرینی پدیده‌ای است که در شرایط محیطی که عملیات در سطوح مختلف آن صورت می‌گیرد، تعیین می‌شود (Morris and Lewis, 1995). لذا، زیست‌بوم ایجاد و توسعه کسب‌وکار بسیار حائز اهمیت است. چراکه، پذیرش کارآفرینی به‌عنوان یک نیروی توسعه مرکزی به خودی خود منجر به توسعه (توسعه روستایی) و پیشرفت صنایع (صنایع روستایی) نخواهد شد و مطابق با نظر پترین (۱۹۹۴)، محیط نقش مهمی در امکان‌پذیر کردن کارآفرینی در مناطق روستایی دارد (Petrin, 1997). موکایا و همکاران (۲۰۱۲)، فعالیت‌های کارآفرینانه و توسعه کسب‌وکار را به عنوان ماحصل تأثیرات محیطی و اجتماعی، و تلاش برای برآورده شدن نیازهای خاص کارآفرینان می‌پندارند (Mokaya et al., 2012). بر این اساس، زیست‌بوم کارآفرینی که حکایت از نقش نیروهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و غیره، در فرآیند کارآفرینی دارد (Dodd and Anderson, 2007)؛ Stam

کنگره جهانی کارآفرینی<sup>۱</sup> (۲۰۱۴) اشاره دارد، زیست‌بوم کارآفرینی روابط همکاری و تولیدی میان سازمان‌های مختلف است. در بسیاری از کشورها، این روابط بین شرکت‌های نوپا، شرکت‌های باسابقه، دانشگاه‌ها و مؤسسه‌های تحقیقاتی وجود دارد. در هر زیست‌بوم پر جنب‌وجوش، افراد و ایده‌ها در روابط بین این سازمان‌ها وجود دارند، سرمایه‌گذاری‌های جدید شروع می‌شود، افراد موجود به یکدیگر می‌پیوندند و نوآوری‌ها با یکدیگر متصل می‌شوند (Auerswald, 2015). ماسون و براون (۲۰۱۴)، زیست‌بوم کارآفرینی را مجموعه‌ای از کنشگران کارآفرینی مرتبط به یکدیگر (کنشگران بالفعل و بالقوه)، سازمان‌های کارآفرینی (برای مثال شرکت‌ها، سرمایه‌گذاران، فرشتگان کسب‌وکار، بانک‌ها)، مؤسسات (دانشگاه‌ها، سازمان‌های بخش دولتی، نهادهای مالی) و فرآیندهای کارآفرینی (برای مثال، میزان ایجاد کسب‌وکار، تعداد شرکت‌های با رشد بالا، تعداد کارآفرینان سریالی، سطوح جاه‌طلبی کارآفرینی و غیره) که به صورت رسمی و غیررسمی به ایجاد ارتباط، مداخله و مدیریت عملکرد، در محیط کارآفرینی محلی متکی هستند، تعریف کردند (Mason and Brown, 2014). همچنین Spigel, 2016، زیست‌بوم کارآفرینی را مجموعه‌ای از کنشگران و عوامل وابسته به یکدیگر و به نحوی هماهنگ شده که کارآفرینی مولد را در یک قلمرو خاص فعال می‌کنند، تعریف کردند. به‌طورکلی، می‌توان زیست‌بوم کارآفرینی مطلوب را مجموعه عواملی (افراد و سازمان‌ها) دانست که در تعامل با یکدیگر موجب فراهم شدن بستری مناسب جهت فعال شدن افراد برای حرکت به سمت کارآفرینی در راستای ایجاد و توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه می‌شوند.

اصل ۷- زیست‌بوم کارآفرینی برای تعریف اهداف قابل‌اندازه‌گیری برای میزان کارآفرینی به صورت کمی سودمند است.

**ماهیت زیست‌بوم کارآفرینی:** زیست‌بوم کارآفرینی ترکیبی از یک مجموعه عناصر مجرد-مانند رهبری، فرهنگ، بازارهای سرمایه و مشتریان روشن فکر هستند- که به شیوه‌ای پیچیده با هم ترکیب می‌شوند. هر یک از آن‌ها به‌طور منفرد و در انزوا منجر به کارآفرینی می‌شود، اما شرط کافی برای پایداری کارآفرینی نیست. لذا در بسیاری از جوامع به دلیل عدم نگاه جامع و یکپارچه، و به عبارتی با نگاهی تک‌بعدی به موضوع کارآفرینی منجر به این می‌شود که بسیاری از تلاش‌های دولتی به دلیل توجه به فقط یک یا دو عنصر به نتیجه نرسد. البته نکته مهم این است که هر زیست‌بوم کارآفرینی بی‌نظیر است. اگرچه هر زیست‌بوم کارآفرینی جامع می‌تواند با استفاده از این شش قلمرو توصیف شود، ولی هر زیست‌بوم نتیجه‌ای از صدها عنصری است که به روش‌های پیچیده و شیوه خاصی با یکدیگر تعامل دارند. زیست‌بوم کارآفرینی ایسلند در ۱۹۸۰ در زمینه‌ای از آموزش رایگان، شرکت‌های چندملیتی، و نزدیکی به بازار اروپایی نمو یافت. زیست‌بوم کارآفرینی تایوان در سال ۱۹۹۰ در اجتماع عظیمی از مهاجران تایوانی در امریکا رشد یافت. زیست‌بوم کارآفرینی چین اکنون در بستری از سیاست‌های منطقه‌ای گوناگون و تا اندازه‌ای نظام سیاسی دیکتاتوری رشد کرده است. بنابراین هر دولتی بر پایه شرایط اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی و موقعیت جغرافیایی خود، می‌تواند زیست‌بوم کارآفرینی متفاوتی داشته باشد (Isenberg, 2012). لذا به عقیده Isenberg, 2010، عناصر مختلف در ترکیب با یکدیگر موتور قدرتمندی برای ایجاد و رشد سرمایه‌گذاری به وجود می‌آورند. همچنین او معتقد است، به هنگام ترکیب عناصر

(and Spigel, 2016)، و طی سه دهه اخیر در حوزه کارآفرینی و کسب‌وکار مورد توجه قرار گرفت (Mason and Brown, 2014).

**اصول زیست‌بوم کارآفرینی:** به‌طورکلی، مزیت‌های منطقه‌ای، برتری‌های مطلق، نسبی و یا رقابتی موجود در یک منطقه بستر ساز فرصت‌های کارآفرینانه و توسعه کسب‌وکار هستند. به‌طوری که هر منطقه فرآیندهای کارآفرینی مختص به خود را دارد (Guesnier, 1994). لذا، سیاست‌گذاری باید بر اساس مزیت‌های خاص منطقه‌ای (Asheim et al., 2011) و نیز مبتنی بر تجربیات بومی‌سازی شده هر منطقه باشد (داوری و همکاران، ۱۳۹۶). ویژگی‌های منطقه‌ای بر تصمیم‌گیری کارآفرینان برای راه‌اندازی یا توسعه کسب‌وکار و احتمال موفقیت کسب‌وکار مؤثر است (Butler et al., 2019). آیزنبرگ در پروژه بابسون هفت اصل را به‌عنوان اصول زیست‌بوم کارآفرینی برشمرد (Isenberg, 2012):

- اصل ۱- کارآفرینی پایدار (مستمر) به یک زیست‌بوم جامع و چند طرفه نیاز دارد.
- اصل ۲- زیست‌بوم کارآفرینی تا حد زیادی مبتنی بر منطقه جغرافیایی است.
- اصل ۳- زیست‌بوم‌ها به‌وسیله دولت‌ها طراحی نمی‌شود، بلکه به‌وسیله ذینفعان متعدد گسترش می‌یابد.
- اصل ۴- زیست‌بوم‌ها [نسبتاً] متکی به خود<sup>۱</sup> هستند، بنابراین دولت شرایط را تسهیل می‌کند و سپس به کارآفرینان و بخش‌های علاقه‌مند اجازه می‌دهد تا خودشان اداره کنند.
- اصل ۵- زیست‌بوم‌ها می‌توانند تسریع شوند و ارتقاء یابند، اما نمی‌توانند طراحی یا ایجاد شده باشند.
- اصل ۶- ترویج و گسترش آن، گفتگو و یادگیری ذینفعان متعدد را می‌طلبد.

## 1. Self-sustaining

از این جهت که ساکنان فعلی را تشویق کند تا یک انتخاب کارآفرینانه داشته باشند و سپس در آن موفق باشند، حتی از ساختن یک مکتب (کعبه) کارآفرین سخت‌تر است.

- شکل‌دهی زیست‌بوم حول شرایط محلی؛ سؤالی که وجود دارد این که اگر دره سیلیکون نباشد، پس رهبران دولتی چه دیدگاه کارآفرینانه‌ای را باید دنبال کنند؟ سخت‌ترین و در عین حال کار بسیار ضروری که یک دولت باید انجام دهد این است که کتوشلوار (زیست‌بوم) را متناسب با ابعاد، سبک و آب‌وهوای کارآفرینی محلی خود تنظیم کند. رهبران می‌توانند و می‌بایست راه‌حل‌های درونی را اتخاذ کنند، و بر اساس واقعیت‌های شرایط خود، منابع طبیعی، موقعیت جغرافیایی و فرهنگ زیست‌بوم را توسعه دهند. به عبارتی کشورها باید به‌دقت بر جغرافیای خاص خودشان تمرکز کنند.

- مشارکت بخش خصوصی از ابتدا؛ دولت به تنهایی نمی‌تواند زیست‌بوم را ایجاد کند. فقط بخش خصوصی دارای انگیزه و چشم‌انداز توسعه بازارهای سودآور و متکی به خود است. به همین علت دولت باید بخش خصوصی را از ابتدا مشارکت دهد تا سهم قابل‌توجهی در موفقیت زیست‌بوم را به دست آورد. به عبارتی همه باید درگیر شوند. دولت ضروری است ولی تنها یکی از محرک‌ها هست. در حالی که فرآیند کارآفرینی ممکن است با مقامات رسمی روشن‌فکر و جاه‌طلب منتخب و یا یک بنیاد خیریه یا یک کارآفرین دارای فکر مدنی یا کسب‌وکارهای خانوادگی یا بین‌المللی آغاز گردد؛ ولی خیلی زود در این فرآیند، ائتلاف کوچکی از رهبران همفکر به نمایندگی از بخش‌های متفاوت ضروری می‌گردد، زیرا نیاز است جنبه‌ای

مختلف درون یک سیستم جامع، رهبران دولتی می‌بایست بر روی نه نکته کلیدی ذیل به‌عنوان گام‌های ایجاد زیست‌بوم کارآفرینی تمرکز کنند:

- توقف تقلید از دره سیلیکون؛ تقلید از دره سیلیکون به سه دلیل مناسب نیست. الف) دره سیلیکون نیز نمی‌توانست امروز خودش باشد حتی اگر این را می‌خواست. زیست‌بوم آن تحت شرایط منحصربه‌فرد از جمله صنعت هوافضای محلی قوی، فرهنگ باز کالیفرنیا، ارتباطات حمایتی دانشگاه استنفورد با صنعت، سیاست مهاجرت آزاد نسبت به دانشجویان دوره دکتری و... تکامل یافته است. ب) دره سیلیکون از مجموعه فناوری و تخصص‌های فنی بسیار فراوان استفاده کرده است. توسعه "صنعت مبتنی بر دانش" یک آرزوی قابل‌تحسین است، اما دستیابی به آن نیازمند یک سرمایه‌گذاری انبوه و طولانی‌مدت در آموزش و همچنین توانایی توسعه مالکیت معنوی در سطح جهانی است. باید در نظر گرفت که سرمایه‌گذاری سرمایه‌گذار در بهترین حالت در یک درصد (۱٪) از کسب‌وکارهای مبتنی بر فناوری را که آن‌ها دنبال می‌کنند، انجام می‌شود و بخش قابل‌توجهی از آن گروه انتخابی موفق نمی‌شود. پ) سومین محدودیت این است که اگرچه دره سیلیکون به نظر می‌رسد محلی برای پرورش سرمایه‌گذاری محلی است، اما در حقیقت دره سیلیکون به‌عنوان یک آهن‌ربای بسیار قوی برای کارآفرینان آماده است، کارآفرینانی که از سراسر دنیا در آنجا گرد هم می‌آیند، غالباً سازمان‌ها و خرده‌فرهنگ‌های قومی‌شان بر اساس آنچه گوردون مور-یکی از ریش‌خاکستری‌های دره- تحت عنوان "صنعت پیوندها" می‌نامد، شکل می‌گیرد. مشکلی که وجود دارد این است که برای تقویت یک زیست‌بوم

(پن‌دار)‌های مردم و تقلیدهای الهام‌بخش - بر زیست‌بوم کارآفرینی داشته باشد. او این اثر را "قانون تعداد کم" می‌نامد. برای مثال، پذیرش اسکایپ توسط میلیون‌ها و سرانجام فروش ۲/۶ میلیارد دلاری به ای بی در سراسر کشور استونی، افراد آموزش‌دیده بامهارت بالا را تشویق به راه‌اندازی شرکت‌هایشان کرد. موفقیت‌های اولیه و قابل رویت به کاهش درک موانع و خطرات کارآفرینانه و برجسته کردن پاداش‌های محسوس کمک می‌کند. حتی کوچک‌ترین موفقیت‌های می‌تواند مؤثر باشد.

- حرکت به سوی تغییر فرهنگ؛ تغییر یک فرهنگ عمیقاً ریشه‌دار بسیار دشوار است. اما ایرلند نشان داد که نهادینه کردن هنجارهای کارآفرینی در حوزه کارآفرینی در طی کمتر از یک نسل ممکن است. برای مثال در ایرلند والدین فرزندان خود را از فعالیت کارآفرینانه دلسرد می‌کردند. به طوری که فرزندان‌شان تعداد کمی از رؤیاهای خود را پرورش دادند. اما در دهه ۱۹۹۰ پس از هموارسازی راه توسط پیشگامان موفق، صدها شرکت جدید نرم‌افزاری در ایرلند راه‌اندازی شد. در این فرآیند برخی محصولات صادر شد. برخی در سطح جامعه استفاده شد. مهم این است که کارآفرینان دریافتند، ممکن است شکست بخورند و دوباره گروه‌بندی شوند و دوباره تلاش کنند.

- تأکید بر ریشه‌ها؛ نباید اجازه داد کارآفرینان حتی کارآفرینان با ظرفیت بالا، به واسطه دسترسی آسان به منابع مالی از بین بروند. سرمایه‌گذاری جدید باید در معرض سختی و مخاطرات بازار قرار گیرد. درست همان‌طور که تولیدکننده انگور، درخت انگور را به‌منظور گسترش ریشه آن و درنهایت به‌دست آوردن دانه‌های انگور با طعم بهتر، در وضعیت تنش آبی قرار می‌دهد، دولت‌ها

مختلفی از محیط به‌طور موازی باهم تقویت شوند. در این میان دولت نمی‌تواند هر چیزی را خودش انجام دهد؛ بخش‌های خصوصی و غیرانتفاعی نیز باید مسئولیت را به عهده بگیرند. در موارد بسیاری مدیران، مالکین کسب‌وکار خانوادگی، دانشگاه‌ها، سازمان‌های حرفه‌ای، بنیادها، سازمان‌های کار، سرمایه‌گذاران و البته خود کارآفرینان کسب‌وکار را راه‌اندازی می‌کنند و حتی بودجه آموزش کارآفرینی، اجلاس‌ها، تحقیق و حمایت سیاسی را تأمین می‌کنند و حتی در بعضی موارد ابتکارات خصوصی شرایط را برای دولت‌ها آسان‌تر می‌کنند که سریع‌تر و مؤثرتر عمل کنند.

- حمایت از کارآفرینان با ظرفیت‌های بالا؛ بسیاری از برنامه‌ها در اقتصادهای نوظهور، منابع کمیاب را در میان مقادیر سرمایه‌گذاری‌های پایین هرم (عموم کارآفرینان) می‌گسترانند. در واقع برخی دولت‌ها درآمدها را برای سطوح مختلف جامعه افزایش می‌دهند. اما متمرکز کردن منابع در آن بخش‌ها و خارج کردن سرمایه‌گذاری‌های با ظرفیت‌های بالا یک اشتباه اساسی است. در یک دوره زمانی که مؤسسات مالی کوچک برای کارآفرینان کوچک تبدیل به جریان اصلی و پایه می‌شوند، تخصیص مجدد منابع به کارآفرینان با ظرفیت بالا، ممکن است نخبه‌گرایی و نابرابری به نظر بیاید. اما اگر منابع محدود باشند، باید تلاش شود تا ابتدا بر روی کارآفرینان جاه‌طلب (بلندپرواز) و رشد‌گرا که بازارهای با ظرفیت بزرگ را مورد توجه قرار می‌دهند، تمرکز شود.

- دستیابی به یک پیروزی بزرگ؛ به عقیده آیزنبرگ (۲۰۱۰)، در سال‌های اخیر مشخص شد که حتی یک موفقیت می‌تواند اثر تحریک‌کنندگی شگفت‌انگیزی - با مشتعل کردن خیال‌پردازی

چارچوب زیست‌بوم کارآفرینی: روند در حال توسعه زیست‌بوم کارآفرینی توجه بسیاری از دولت‌مردان، مؤسسه‌های توسعه و دانشگاهیان را در سراسر جهان به خود جلب کرده است (Stangler and Mason and Brown, 2015; Bell-Masterson, 2014; OECD, 2013). سازمان‌هایی مانند؛ شورای رقابت<sup>۱</sup> در ایالات متحده، انجمن گروه ویژه موبایل<sup>۲</sup>، سازمان همکاری اقتصادی و توسعه<sup>۳</sup>، بانک جهانی<sup>۴</sup> و انجمن اقتصاد جهانی<sup>۵</sup> ابزارهای تشخیصی برای ارزیابی و ردیابی توسعه زیست‌بوم تدوین کردند. علاوه بر آن چارچوب‌های ارزیابی مشابهی توسط سرمایه‌گذاران موفق، مشاوران توسعه و دانشگاه‌ها تدوین شد (ANDE, 2013). شبکه کارآفرینان توسعه اسپن<sup>۶</sup> (۲۰۱۳)، نه رویکرد زیست‌بوم کارآفرینی شامل؛ پروژه زیست‌بوم کارآفرینی بایسون<sup>۷</sup> (دانشکده بایسون)، نقشه راه باارزش<sup>۸</sup> (شورای رقابت)، شاخص‌های کارآفرینی و توسعه جهانی<sup>۹</sup> (دانشگاه جرج ماسون<sup>۱۰</sup>)، برنامه نوآوری جنگل‌های بارانی<sup>۱۱</sup> (هوانگ<sup>۱۲</sup>)، شش + شش<sup>۱۳</sup> (کلتای و کمپانی<sup>۱۴</sup>)، کارآفرینی فناوری اطلاعات و ارتباطات<sup>۱۵</sup> (انجمن گروه ویژه موبایل)، چارچوب اندازه‌گیری کارآفرینی<sup>۱۶</sup> (سازمان توسعه و همکاری اقتصادی)، انجام کسب‌وکار<sup>۱۷</sup> (بانک جهانی) و زیست‌بوم کارآفرینانه

به‌منظور اطمینان از اینکه کارآفرینان سختی (پشتکار) و منابع کامل خود را توسعه دهند، باید با تأکید بر ریشه‌های سرمایه‌گذاری جدید با دقت پول را به فعالیت‌های کارآفرینی تزریق کنند.

- کمک به کارآفرینان برای رشد طبیعی؛ نه ایجاد خوشه‌های مهندسی فراوان؛ هیچ‌یک از کارکنان دولتی برای ترویج خوشه‌ها-تامین‌کنندگان تخصصی، فراهم‌کنندگان خدمات، مؤسسات آموزشی، سازمان‌های پشتیبان شکل‌گرفته حول فناوری یا محصول نهایی در درون یک منطقه- مواخذه نمی‌شوند. اما بهتر است دولت‌ها به حفظ بخش‌های خنثی ادامه دهند و از مهار کردن انرژی‌های کارآفرینانه مردم دست بکشند. لذا، آن‌ها به‌جای برنامه‌ریزی برای مسیرها و جهت‌های جدید، انجام عملیات زیربنایی و دورنگه داشتن کارآفرینان از حمایت‌های موردنیاز، باید سر و سامان دادن به سرمایه‌گذاری موفقیت‌آمیز، جهت حرکت کارآفرینان را مورد توجه قرار دهند تا از طریق تشویق آرام فعالیت اقتصادی حمایتی، مسیر را هموار کنند.

- اصلاح چارچوب‌های حقوقی، اداری و مقرراتی؛ چارچوب‌های حقوقی و مقرراتی برای رشد کارآفرینی حیاتی است. برخی از مصادیق اصلاحات حقوقی و قانونی که در زمینه ایجاد کسب‌وکار مؤثرند عبارت از عدم مجازات ورشکستگی، مصونیت سهامداران در برابر طلبکاران، تسریع در فرآیند اجازه شروع به کار کارآفرینان است. از جمله دیگر اصلاحات مفید حمایت از کارگران بیکار، ایجاد و آزادسازی بازارهای سرمایه است. همچنین نظام مالیاتی ساده و حسابرسی قوی فرآیند کارآفرینی را تسهیل می‌کند.

1. Council on Competitiveness (CoC)
2. Groupe Special Mobile (GSM)
3. Organization for Economic Cooperation and Development (OECD)
4. World Bank
5. World Economic Forum (WEF)
6. Aspen Network of Development Entrepreneurs (ANDE)
7. Babson Entrepreneurship Ecosystem Project
8. Asset Mapping Roadmap
9. Global Entrepreneurship and Development Index
10. George Mason University
11. Innovation Rainforest Blueprint
12. Hwang, V.H.
13. Six + Six
14. Koltai and Company
15. Information and Communication Technology Entrepreneurship
16. Entrepreneurship Measurement Framework
17. Doing Business



سیاست‌گذاران و متعاقب آن در برنامه پنجم توسعه نسبت به برنامه‌های پیشین کم‌رنگ‌تر شد که از مهمترین نقاط ضعف برنامه‌های توسعه روستایی در برنامه پنجم توسعه بوده است. در بُعد سرمایه انسانی؛ دو وجه نیروی کار و مؤسسات آموزشی حائز اهمیت هستند (Isenberg, 2011). در فرآیند کارآفرینی یکی از مشکلات مهمی که کارآفرینان با آن مواجه هستند، ناشی از فقدان دانش و مهارت است (Marshall and Samal, 2006) و مراکز آموزشی تا حد زیادی می‌توانند به توسعه سرمایه انسانی یک منطقه کمک کنند (Wolfe, 2005). در بعد فرهنگی؛ ویژگی‌های فرهنگی، باورها و دیدگاه‌های اساسی در مورد کارآفرینی در یک منطقه هستند. نگرش‌های فرهنگی و تاریخچه کارآفرینی در یک فرهنگ دو ویژگی اصلی فرهنگی زیست‌بوم کارآفرینانه است. فرهنگ کسب‌وکار باید به گونه‌ای باشد که ضمن فعال نمودن افراد با پتانسیل در جهت توسعه کسب و کار، فرصت و امکان شروع دوباره را برای کارآفرینان شکست‌خورده فراهم کند (Spigel, 2017).

(مجمع اقتصاد جهانی) را طبقه‌بندی کرد. شبکه کارآفرینان توسعه آسپین (۲۰۱۳)، حیطه‌هایی هر یک از این نه رویکرد را در قالب جدول (۱)، ارائه داد (ANDE, 2013). با نگاهی به چارچوب‌های ارائه شده می‌توان دریافت که حیطه‌های سیاست، سرمایه انسانی و فرهنگ و متعاقب آن منابع مالی، و پشتیبانی‌ها و خدمات در زیست‌بوم کارآفرینی بسیار حائز اهمیت هستند. در حوزه کارآفرینی؛ سیاست‌ها شامل قوانین و دستورالعمل‌هایی هستند که برنامه‌های حمایتی برای تشویق کارآفرینان را از طریق مزایای مالیاتی، سرمایه‌گذاری از بودجه عمومی، یا کاهش در مقررات اداری طراحی می‌کند. بنابراین، قوانین و دستورالعمل‌ها، بخش کلیدی زیست‌بوم هستند که در آن کارآفرینی اتفاق می‌افتد (Spigel, 2017). در این راستا مؤمنی هلالی و همکاران (۱۳۹۸ الف)، نشان دادند که به منظور توسعه کسب‌وکارهای روستایی باید توجه ویژه‌ای به حیطه‌های سیاست، منابع مالی و فرهنگ داشت. با این وجود، قمبر علی و همکاران (۱۳۹۵)، اذعان داشتند که در روند توسعه کارآفرینی، توجه به ابعاد زیست‌بوم کارآفرینی در تفکر

جدول ۱- چارچوب‌های زیست‌بوم کارآفرینی (ANDE, 2013)

WEF	Doing Business	OECD	GSMA (ICT)	6+6	Rainforest	GEDI	CoC	Babson	چارچوب‌ها
✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	سیاست
✓		✓	✓		✓	✓	✓	✓	مالی
✓	✓	✓	✓				✓	✓	زیرساخت
		✓	✓			✓		✓	بازار
✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	سرمایه انسانی
✓		✓	✓	✓		✓	✓	✓	پشتیبانی/خدمات/ارتباطات
✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	فرهنگ
		✓	✓		✓	✓	✓	✓	تحقیق و توسعه/نوآوری
							✓		کیفیت زندگی
		✓							شرایط اقتصادی کلان

## نتیجه‌گیری

توسعه کارآفرینی و کسب و کار روستایی از طریق درک همه‌جانبه زیست‌بوم کارآفرینی، موجب شتاب گرفتن کسب‌وکارها و نیز تضمین‌کننده پایداری کسب‌وکارهای روستایی است. از این رو، هدف این تحقیق تحلیل زیست‌بوم کارآفرینی به عنوان بستری برای توسعه کسب و کار روستایی بود. توسعه روستایی و در رأس آن دستیابی روستاییان به معیشت پایدار در گرو تنوع مشاغل روستاییان است. بنابراین، رشد و توسعه کسب‌وکار روستایی یک رویکرد استراتژیک و حیاتی برای پیشرفت جامعه روستایی است. یکی از الزامات توسعه کسب‌وکار روستایی وجود بستری مطلوب تحت عنوان زیست‌بوم کارآفرینی است. زیست‌بوم مطلوب کارآفرینی شامل مجموعه عواملی است که در یک تعامل و هماهنگی منحصربه‌فرد شرایط لازم را برای تحرک افراد در جهت توسعه کسب و کار روستایی فراهم می‌کند. نیروی مرکزی زیست‌بوم کارآفرینی جذب کارآفرینان پرتلاش و ثابت‌قدم در مسیر کارآفرینی و توسعه کسب‌وکار است. اما درعین‌حال وجود بستر و زیست‌بوم مناسب در جهت رشد و توسعه کسب‌وکار توسط این کارآفرینان حائز اهمیت است. زیست‌بوم کارآفرینی به ما می‌آموزد که برای فعالیت کارآفرینانه و توسعه کسب‌وکار باید نگاه همه‌جانبه و کل‌گرایانه داشت. موضوعی که در مفهوم تفکر سامانه‌ای خلاصه می‌شود. تفکری که مبتنی بر آن قسمت‌های متنوع در ارتباط با یکدیگر در جهت اثربخشی بیشتر عمل می‌کنند (صلواتی و همکاران، ۱۳۹۳). بنابراین وجود رویکرد همه‌جانبه در فراهم شدن زیست‌بوم مطلوب کارآفرینی جهت توسعه کسب‌وکارهای روستایی بسیار حائز اهمیت است. از این رو، پیشنهاد می‌شود که دست‌اندرکاران در اجرای دقیق و همه‌جانبه برنامه‌های مربوط به توسعه روستایی و توانمندسازی اقشار

آسیب‌پذیر در برنامه پنج‌ساله توسعه کشور، به منظور فراهم شدن زیست‌بوم مناسب برای توسعه کسب و کار همت بگمارند.

همچنین، به واسطه وجود چارچوب‌های مختلف زیست‌بوم کارآفرینی، تعاریف مختلف و متعددی از زیست‌بوم کارآفرینی وجود دارد. این موضوع می‌تواند حاکی از ناشناخته بودن کامل ابعاد و ارکان زیست‌بوم کارآفرینی باشد. به عبارتی ممکن است ابعاد پنهانی از زیست‌بوم کارآفرینی هنوز ناشناخته باقی مانده باشد. چراکه ویژگی‌های منطقه‌ای، برتری‌های مطلق، نسبی و رقابتی موجود در یک منطقه روستایی در توسعه کسب‌وکار بسیار حائز اهمیت است. به طوری که هر منطقه روستایی با توجه به شرایط و پتانسیل‌های خاص خود، فرآیندهای کارآفرینی مختص به خود و متفاوت با سایر مناطق روستایی را دارا است. از این رو، در وهله اول توصیه می‌شود که مجریان و دست‌اندرکاران با اتکا به پتانسیل‌های منطقه‌ای و ویژگی‌های خاص مناطق مختلف روستایی، در فراهم آوردن زیست‌بوم کمک‌کننده به توسعه کسب و کار روستایی اقدام کنند. در همین راستا، لازم است محققان و اندیشمندان با مدنظر قرار دادن ویژگی‌های خاص و منحصربه‌فرد مناطق مختلف، در جهت پر کردن خلأهای تحقیقاتی از جمله شناخت ابعاد و ارکان ناشناخته احتمالی زیست‌بوم کارآفرینی به انجام پروژه‌های تحقیقاتی و پرداختن به موضوع زیست‌بوم کارآفرینی روستایی اهتمام بورزند.

## منابع

۱. امیری، ص.، احسانی‌فر، ت.، نادری، ن. و رستمی، ف. ۱۳۹۵. ارائه یک مدل مفهومی به‌منظور بررسی تأثیر گردشگری کشاورزی بر توسعه کارآفرینی روستایی. کارآفرینی در کشاورزی، ۳(۱): ۱۵-۱.

۲. حلاج، ز.، بیژنی، م. و فلاح حقیقی، ن. ۱۳۹۹. پیشبرد توسعه روستایی از طریق زیست‌بوم کارآفرینی. کارآفرینی در کشاورزی، ۷ (۳): ۱-۱۶.
۳. داوری، ع.، سفید بری، ل. و باقرصاد، و. ۱۳۹۶. عوامل اکوسیستم کارآفرینی ایران بر اساس مدل آیزنبرگ. توسعه کارآفرینی، ۱۰ (۱): ۱۲۰-۱۰۰.
۴. سند چشم‌انداز ۱۴۰۴. ۱۳۸۲. متن سند نهایی چشم‌انداز ۲۰ ساله جمهوری اسلامی ایران. بازیابی شده در <http://stp.ut.ac.ir/documents/17329406/d418b03a-033d-4762-bdfe-188e74cffe85>
۵. صالحی امیری، س.ر. و شاه‌حسینی، ع. ۱۳۸۹. بررسی ویژگی‌های کارآفرینی و اثر بخشی مدیران واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی. مجله مدیریت فرهنگی، ۴ (۱۰): ۳۲-۱۵.
۶. صلواتی، ع.، رستمی نوروآباد، م.، کمانگر، ف. و رحمانی نوروآباد، س. ۱۳۹۳. تفکر سیستمی و استقرار مدیریت دانش. مطالعات مدیریت راهبردی، ۱۸ (۵): ۷۳-۹۹.
۷. علوی زاده، س.ا.م. ۱۳۹۶. کارآفرینی و نقش آن در توسعه پایدار روستایی. فصلنامه فرهنگ ایلام، ۱۸ (۵۶ و ۵۷): ۱۷۰-۱۵۴.
۸. علیزاده، ن.، علیرضا نیکویی، ع.ر. و مختاری، ح.ر. ۱۳۹۷. تحلیل محتوای مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده اکوسیستم کارآفرینی. کارآفرینی در کشاورزی، ۵ (۴): ۸۹-۱۰۴.
۹. فاضل بیگی، م.م.و.، یآوری، غ. ۱۳۸۸. تعاون روستایی سرآغازی بر توسعه کارآفرینی. تعاون، ۲۰ (۲۰۵): ۶۲-۴۱.
۱۰. قمبرعلی، ر.، آگهی، ح.، علی بیگی، ا.ح. و زرافشانی، ک. ۱۳۹۳. راهبرد اکوسیستم کارآفرینی: پارادایم جدید توسعه کارآفرینی. کارآفرینی در کشاورزی، ۱ (۳): ۳۸-۲۱.
۱۱. قمبرعلی، ر.، آگهی، ح.، علی بیگی، ا.ح. و زرافشانی، ک. ۱۳۹۵. واکاوی محتوای سیاست‌ها در تطابق با ابعاد اکوسیستم کارآفرینی. توسعه کارآفرینی، ۹ (۱): ۵۸-۳۹.
۱۲. مؤمنی هلالی، ه. صدیقی، ح.، چیدری، م. و عباسی، ع. ۱۳۹۸. فعالیت چندگانه: راهبردی کارآفرینانه برای کشاورزان خرده‌پا. راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، ۶ (۱۲): ۱۲۴-۱۱۲.
۱۳. مؤمنی هلالی، ه. صدیقی، ح.، چیدری، م. و عباسی، ع. ۱۳۹۸. الف. تحلیل وضعیت اکوسیستم کارآفرینی مؤثر بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه روستایی: بینش‌هایی از یک پیمایش در میان شالی‌کاران چندکاره حوضه آبریز دشت هراز. علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران، ۱۵ (۲): ۱۶۷-۱۶۷.
۱۴. ورمزیاری، ح. و رازانی، ب. ۱۳۹۵. با نمایندگان مردم در مجلس دهم ۱۸: نگاهی بر وضعیت کلی بخش توسعه روستایی. دفتر مطالعات زیربنایی (گروه توسعه روستایی)، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
15. Asheim, B.T., Boschma, R., and Cooke, P. 2011. Constructing Regional Advantage: Platform Policies Based on Related Variety and Differentiated Knowledge Bases. *Regional Studies*, 45 (7): 893-904.
16. Aspen Network of Development Entrepreneurs (ANDE). 2013. Entrepreneurial Ecosystem Diagnostic Toolkit. Retrieved from <https://b2n.ir/aspeninstitute.org>
17. Auerswald, P.E. 2015. Enabling Entrepreneurial Ecosystems. *Kauffman Foundation Research Series on City, Metro, and Regional Entrepreneurship*. Retrieved from: <https://b2n.ir/kauffman.org>
18. Butler, J., Garg, R., and Stephens, B. 2019. Social Networks, Funding, and Regional Advantages in Technology Entrepreneurship: An Empirical Analysis. *Information Systems Research*, 1-19. <https://doi.org/10.1287/isre.2019.0881>
19. Christian, R.R. 2009. Concepts of Ecosystem, Level, and Scale. *Ecology*, 1: 1-5. Retrieved from <https://www.eolss.net/sample-chapters/C09/E6-70-05-01.pdf>
20. Dodd, S.D., and Anderson, A.R. 2007. Mumpsimus and the Mything of the

30. Morris, M.H., and Lewis, P.S. 1995. The Determinants of Entrepreneurial Activity: Implications for Marketing. *European Journal of Marketing*, 29(7): 31-48.
31. OECD. 2013. Entrepreneurial Ecosystems and Growth-oriented Entrepreneurship Workshop (The Hague). Retrieved from <https://b2n.ir/entrepreneurial>
32. Petrin, T. 1997. Entrepreneurship as an Economic Force in Rural Development. In: *Rural Development through Entrepreneurship*, Petrin, T. and Gannon, A. (Edit), Food and Agricultural Organization of the United Nations, Rome: FAO.
33. Spigel, B. 2017. The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41 (1): 49-72.
34. Stam, E., and Spigel, B. 2016. Entrepreneurial Ecosystems. Tjalling C. Koopmans Research Institute, Discussion Paper Series 16-13, 1-15. Retrieved from <https://b2n.ir/uu.nl>
35. Stangler, D., and Bell-Masterson, J. 2015. Measuring an Entrepreneurial Ecosystem. *Kauffman Foundation Research Series on City, Metro, and Regional Entrepreneurship*. Retrieved from <https://b2n.ir/wylinka.org>
36. The National Women's Business Council (NWBC). 2017. Accelerating the Future of Women Entrepreneurs—The Power of the Ecosystem. Annual Report, 31 dec 2017. Retrieved from <https://b2n.ir/nwbc.gov>
37. Vlachou, C., Iakovidou, O., Sergaki, P., and Menexes, G. 2021. The Entrepreneurial Environment in Greek Rural Areas: The Entrepreneur's Viewpoint. *Sustainability*, 13 (4): 1719.
38. Wolfe, D.A. 2005. The Role of Universities in Regional Development and Cluster Formation. In: Jones, G.A., McCarney, P.L., and Skolnik, M.L. (Eds.), *Creating Knowledge, Strengthening Nations: The Changing Role of Higher Education*. (pp. 167–194). University of Toronto Press, Toronto.
- Individualistic Entrepreneur. *International Small Business Journal*, 25: 341-360.
21. Fredin, S., and Lidén, A. 2020. Entrepreneurial Ecosystems: Towards a Systemic Approach to Entrepreneurship? *Geografisk Tidsskrift -Danish Journal of Geography*, 120(2): 87-97.
22. Guesnier, B. 1994. Regional Variations in New Firm Formation in France. *Regional Studies*, 28 (4): 347-358.
23. Insel, P.M., and Moos, R.H. 1974. Psychological Environments: Expanding the Scope of Human Ecology. *American Psychologist*, 29 (3): 179-188.
24. Isenberg, D.J. 2011. The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship. Institute of International European Affairs, Dublin, Ireland. Retrieved from <https://b2n.ir/slideshare.net>
25. Isenberg, D.J. 2010. How to Start an Entrepreneurial Revolution. *Harvard Business Review*. Retrieved from <https://b2n.ir/institute.coop>
26. Isenberg, D.J. 2012. Introducing the Babson Entrepreneurship Ecosystem Project. The Babson Global. 1-28. Retrieved from <https://b2n.ir/grcc.com>
27. Marshall, M.I. and Samal, A. 2006. The Effect of Human and Financial Capital on the Entrepreneurial Process: An Urban-Rural Comparison of Entrepreneurs in Indiana. *American Agricultural Economics Association, Annual Meeting, Long Beach, California, July 23-26*. Retrieved from <https://ageconsearch.umn.edu/bitstream/28651/1/wp060013.pdf>
28. Mason, C., and Brown, R. 2014. Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship. OECD Publishing. Retrieved from <https://b2n.ir/oecd.org>
29. Mokaya, S.O., Namusonge, M., and Sikalieh, D. 2012. The Concept of Entrepreneurship; in Pursuit of a Universally Acceptable Definition. *International Journal of Arts and Commerce*, 1 (6): 128-135.



Gorgan University of Agricultural  
Sciences and Natural Resources

*Journal of Entrepreneurship in Agriculture Vol. 8(1), 2021*  
<http://jead.gau.ac.ir>

## **Development of rural businesses in the light of entrepreneurial ecosystem**

**H. Moumenihelali<sup>1\*</sup>, E. Abbasi<sup>2</sup>, H. Sadighi<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>PhD Graduate in Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture,  
Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

<sup>2</sup>Associate Professor, Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of  
Agriculture, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

<sup>3</sup>Associate Professor, Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of  
Agriculture, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

**Received: 31/07/2021; Accepted: 12/08/2021**

### **Abstract**

Today, entrepreneurship and rural business development are very important in developing countries. Entrepreneurial ecosystem is also considered as a context for the growth and development of rural businesses. Accordingly, the study is a literature review to analyze the role of the entrepreneurial ecosystem in the development of rural businesses. Despite the efforts made in various fields to develop rural entrepreneurship and business, but in practice, there is no proper growth and sustainability. Because entrepreneurs face many obstacles that result from the inappropriate of the entrepreneurial ecosystem. According to the results, the existence of a comprehensive approach in providing a favorable entrepreneurial ecosystem for the development of rural businesses is very important. On the other hand, regional characteristics, absolute, relative or competitive advantages in a rural area that are effective in business development should not be kept out of mind, Because each rural area, according to its own conditions and potentials, has its own entrepreneurial processes and different from other rural areas. Finally, practical and study suggestions are provided for those involved and researchers in this field.

**Keywords:** Rural Development, Rural Entrepreneurship, Entrepreneurial Ecosystem.

---

\*Corresponding author; hadi\_moumeni@modares.ac.ir

