



IlamUniversity

Journal of Entrepreneurship Research
<http://jer.ilam.ac.ir>
Online ISSN: 2980-857X



Designing a Model of Entrepreneurship Ecosystem in Less Developed Rural Areas

Vahid Aliabadi¹✉ | Hamid Padash²

1. Corresponding Author, Post-doctoral Researcher, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran.
Email: vahid.aliabadi@gmail.com
2. Department of Organizational Entrepreneurship, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran.
Email: padash@ut.ac.ir

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:
Received: 01. 12. 2022
Revised: 24. 05. 2023
Accepted: 24. 05. 2023

Keywords:
Entrepreneurial Ecosystem,
Poverty Alleviating
Entrepreneurship,
ISM.

ABSTRACT

An entrepreneurial ecosystem is a self-organized, adaptive, geographically limited community composed of complex agents operating at multiple and cumulative levels whose non-linear interactions lead to patterns of activities through which new ventures emerge. The present research aims to explain the factors that influence the creation of an entrepreneurship ecosystem in less privileged rural areas of Asad Abad in Hamedan province, Iran using the Interpretive Structural Modeling (ISM) technique. Out of the rural entrepreneurship experts and scholars, 15 people were selected purposefully for a semi-structured interview. Based on the content analysis using the ISM technique, the factors underpinning the creation of an entrepreneurship ecosystem in the less privileged areas were determined and leveled. Based on the results, the creation of entrepreneurial ecosystems in less privileged areas requires the availability and implementation of macro-governance factors, individual-behavioral factors, supportive factors, sociocultural factors, financing, human capital, market, and regional capacity. The results reveal that the macro-governance factors are the most important and effective factors in developing entrepreneurial ecosystems in less privileged regions. Financing and regional capacity are the second-most important factors involved in creating an entrepreneurial ecosystem (as a representative of society) in less privileged areas.

Cite this article: Aliaadi, V., & Padash, H. (2023). Designing a Model of Entrepreneurship Ecosystem in Less Developed Rural Areas. *Journal of Entrepreneurship Research*, 2 (1), 1-14.



DOI: [10.22034/JER.2023.1974503.1016](https://doi.org/10.22034/JER.2023.1974503.1016)

© The Author(s).

Publisher: Ilam University Press.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

طراحی مدل زیست‌بوم کارآفرینی در مناطق کمتر برخوردار روستایی

وحید علی‌آبادی^۱ | حمید پاداش^۲

۱. نویسنده مسئول، پژوهشگر پسادکتری، دانشگاه فرودسی مشهد، مشهد، ایران. رایانامه: vahid.aliabadi@gmail.com

۲. گروه کارآفرینی سازمانی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: padash@ut.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

زیست‌بوم کارآفرینی در یک جامعه معمولاً خود سازمان‌یافته، تطبیقی بوده و از لحاظ جغرافیایی محدود و تشکیل شده از عوامل پیچیده‌ای است که در سطوح چندگانه و تجمعی فعالیت می‌کنند؛ به گونه‌ای که برهم‌کنش‌های غیرخطی آن‌ها به الگوی فعالیت‌هایی منتهی می‌شود که از طریق آن‌ها سرمایه‌گذاری‌های جدید شکل می‌گیرد. هدف پژوهش حاضر، تبیین ابعاد اثرگذار بر ایجاد زیست‌بوم کارآفرینی در مناطق کمتر برخوردار روستایی شهرستان اسدآباد (استان همدان) با استفاده از تکنیک الگوسازی ساختاری- تفسیری (ISM) است. از بین کارشناسان و صاحب‌نظران کارآفرینی روستایی، ۱۵ نفر به صورت هدفمند و مصاحبه نیمه‌ساختارمند انتخاب شد. پس از تحلیل محتوا با استفاده از تکنیک الگوسازی ساختاری- تفسیری، ابعاد اثرگذار بر ایجاد زیست‌بوم کارآفرینی در مناطق کمتر برخوردار روستایی تعیین و سطح بندی شدند. براساس نتایج به دست آمده، ابعاد اثرگذار بر ایجاد زیست‌بوم کارآفرینی در مناطق کمتر برخوردار روستایی مستلزم وجود و اجرای عوامل کلان حاکمیتی- سیاستی، فردی- رفتاری، حمایتی- پشتیبانی، فرهنگی- اجتماعی، تأمین مالی، سرمایه انسانی، بازار و ظرفیت منطقه‌ای است. یافته‌ها گویای آن بود که عوامل کلان حاکمیتی- سیاستی مهم‌ترین و مؤثرترین عامل در بوم‌سامانه کارآفرینی در مناطق کمتر برخوردار روستایی است. در سطح دوم توجه به عواملی همچون تأمین مالی و ظرفیت منطقه‌ای در ایجاد زیست‌بوم کارآفرینانه (به‌عنوان یک نمونه‌ای از جامعه) در مناطق کمتر برخوردار از ضرورت بالایی برخوردار است.

نوع مقاله:

مقاله علمی- پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۹/۱۰

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۳/۰۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۳/۰۳

کلیدواژه‌ها:

اکوسیستم کارآفرینی،

کارآفرینی فقرزدا،

الگوسازی ساختاری- تفسیری.

استناد: علی‌آبادی، وحید. و پاداش، حمید. (۱۴۰۲). طراحی مدل زیست‌بوم کارآفرینی در مناطق کمتر برخوردار روستایی. *مجله پژوهش‌های کارآفرینی*، ۲ (۱)، ۱-۱۴.

DOI: [10.22034/JER.2023.1974503.1016](https://doi.org/10.22034/JER.2023.1974503.1016)



© نویسندگان.

ناشر: انتشارات دانشگاه ایلام.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مقدمه

کارآفرینی در گذشته، گرفتار دیدگاه‌های بخشی به جای دیدگاه نظام‌مند بود. به مرور زمان، ناکارآمدی سیاست‌های بخشی در توسعه کارآفرینی، نیاز به وجود یک رویکرد بوم‌سامانه با روابط درهم تنیده‌ای از عناصر آن را آشکار نمود (Khoshmaram et al., 2020). بنابراین، پارادایم زیست‌بوم کارآفرینی به‌عنوان مبنایی برای طراحی سیاست‌های کارآفرینی به‌ویژه برای کسب‌وکارهای جدید ظهور یافت. بحث زیست‌بوم در کارآفرینی، ابتدا توسط جیمز مور در سال ۱۹۹۳ مطرح شد و در سال‌های بعد توسط آیزنبرگ گسترش یافت (Spigel, 2015; Mason & Brown, 2014). براساس ادبیات موجود، عواملی همچون ویژگی‌های اقتصادی و فرهنگی و ویژگی‌های کلان اقتصادی و ویژگی‌های اکوسیستمی حیات یک بنگاه اقتصادی را تحت تأثیر قرار می‌دهند (Stam & Spigel, 2016). با توجه به شکل‌گیری واژه اکوسیستم کارآفرینی، واحد تحلیل در مطالعات می‌تواند سطوح سازمان، بازار و اکوسیستم باشد (Stam, 2015). در ادبیات رایج کسب‌وکارها، اکوسیستم به‌عنوان ابزاری حیاتی برای ایجاد اقتصادی انعطاف‌پذیر بر اساس نوآوری کارآفرینانه است (Amolo & Migiro, 2015; Stam, 2015).

بدیهی است اولین گام در شناخت و پیاده‌سازی سیاست‌گذاری‌های عرصه کارآفرینی در کشور، شناخت درست زیست‌بوم کارآفرینی در سطح ملی، منطقه‌ای و تشخیص گلوگاه‌ها و نقاط چالش برانگیزی است که مزایای رقابتی کشور را فرسوده و تلف می‌کند. آیزنبرگ (Isenberg, 2011) معتقد است که اکوسیستم کارآفرینی قابل تقلید و تکثیر نیست و در توسعه کارآفرینی باید مزیت‌های منطقه‌ای و کشوری را مورد توجه قرار داد و از کپی کردن نمونه‌های اکوسیستم موفق از جمله دره سیلیکون اجتناب شود. با توجه به اهمیت کارآفرینی در توسعه روستایی و کاهش چالش‌های روستاهای مناطق کمتر توسعه‌یافته باید نگاهی نظام‌مند به کارآفرینی داشت؛ به‌طوری‌که به تمام عوامل اقتصادی، فرهنگی، مالی و حمایتی بایستی به‌طور هم‌زمان توجه کرد و در تدوین سیاست‌های توسعه کارآفرینی روستایی همه ابعاد، در قالب یک اکوسیستم در نظر گرفته شود (Pato & Teixeira, 2016).

برنامه‌ریزان روستایی در پاسخ به الزامات اقتصاد جهانی، توسعه کسب‌وکارهای کوچک، انجمن‌های تجاری منطقه‌ای و کارآفرینان محلی را مدنظر قرار داده‌اند. طبق آمار دیده‌بان جهانی کارآفرینی، در کشورهایی با ساختارهای مشابه، همبستگی میان کارآفرینی و رشد اقتصادی بیش از ۷۰ درصد است. این در حالی است که بررسی آمار مختلف، گویای وضعیت نه چندان مطلوب تحقق برنامه‌های توسعه کارآفرینی در ایران است (شیری و همکاران، ۱۴۰۱؛ شیری، ۱۴۰۰؛ شیری، ۱۴۰۱). از سویی دیگر، تحقیقات کارآفرینی بیشتر در حوزه جغرافیایی و نیز پدیده‌های شهری صورت گرفته است، به‌گونه‌ای که برخی پژوهشگران از ضرورت بازگشت کارآفرینی به عرصه روستا سخن گفته‌اند.

در ایران نیز پژوهش‌های کارآفرینی بیشتر خصلت شهری دارند و مطالعات مربوط به کارآفرینی روستایی نیز بیشتر در بعد کشاورزی مورد بررسی قرار گرفته‌اند. توسعه کارآفرینی روستایی، یکی از حیاتی‌ترین موضوعات دستورکار توسعه معاصر در بسیاری از کشورهای در حال توسعه است، مؤسسه‌های توسعه، کارآفرینی روستایی را قابلیت برای ایجاد فرصت‌های شغلی تلقی می‌کنند، سیاست‌مداران آن را به‌عنوان راه‌حلی مهم برای پیشگیری از آشفته‌گی روستا می‌شناسند. متخصصان، کارآفرینی را ابزاری برای بهبود درآمدهای کشاورزی در نظر می‌گیرند (Polbitsyn, 2019). شناسایی ابعاد زیست‌بوم کارآفرینی، به‌ویژه در مناطق کمتر برخوردار روستایی و تلاش برای توسعه و تقویت کارآفرینی در فرآیند توسعه روستایی از طریق فراهم کردن زمینه‌های اولیه آن، اهمیت ویژه‌ای دارد. با توجه به محدودیت‌ها، امروزه نیاز به ایجاد یک زیست‌بوم کارآفرینی ویژه روستایی نه برمبنای اکوسیستم کارآفرینی شهری به رسمیت شناخته شده است (Bosworth & Turner, 2018). توسعه اکوسیستم کارآفرینی روستایی، یک راهبرد نوین و مقرون به‌صرفه برای تحریک رونق اقتصادی روستایی است (Aggarwal, 2018). اگرچه هنوز نقش محیط و فضای کارآفرینی در تحقیقات کارآفرینی کم‌رنگ است، اما مفهوم اکوسیستم کارآفرینی که در دهه گذشته توجه

بسیاری از محققان را جلب کرده است، منجر به درک بسیار بهتر از چگونگی تأثیر زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و نهادی بر روند کارآفرینی شده است (Xu & Maas, 2019). با این وجود، به اکوسیستم‌های کارآفرینی روستایی توجه کم و ناچیزی شده است (Polbitsyn, 2019). هر منطقه‌ای بر پایه شرایط اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و موقعیت جغرافیایی خود، می‌تواند اکوسیستم کارآفرینی متفاوتی داشته باشد (Isenberg, 2011). بدیهی است که اکوسیستم‌های کارآفرینی یکتا و منحصر به فرد هستند؛ زیرا نتیجه و برآیند تعاملات متقابل و پیچیده صدها عامل هستند که ریشه در نهادهایی شکل گرفته در طول تاریخ دارند؛ نهادهایی که برای مناطق مختلف، در کنار مزیت‌های رقابتی منحصر به فرد، مجموعه‌ای خاص از چالش‌ها به وجود می‌آورند (Isenberg, 2010). ایجاد اکوسیستمی که کارآفرینی را تشویق کند، شانس یا تصادف نیست و به تمهیداتی برنامه‌ریزی شده نیاز دارد.

مطالعه عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی مناطق روستایی، پیش‌نیاز تعیین مدل ایجاد و توسعه کارآفرینی روستایی است و استفاده کورکورانه از الگوی توسعه کارآفرینانه یک منطقه و اعمال آن برای مناطق دیگر، اثربخشی لازم را ندارد. بررسی‌ها نشان می‌دهد هیچ توافقی در مورد تعریف اکوسیستم‌های کارآفرینی وجود ندارد که مجموعه‌ای از اهداف، مقیاس تحلیل، ویژگی‌ها، بازیگران یا فرآیندهای یکپارچه را ارائه دهد؛ لذا تعاریف متعدد ممکن است در مورد ترکیب دقیق عناصری که اکوسیستم کارآفرینی را تشکیل می‌دهند، موجب سردرگمی شود (Spigel & Harrison, 2018). در این پژوهش، تعریف آیزنبرگ (Isenberg, 2011) مدنظر قرار گرفته است که معتقد است اکوسیستم کارآفرینی شامل مجموعه‌ای از عناصر فردی مانند رهبری، فرهنگ، بازار سرمایه و مشتریان است که از طریق روش‌های پیچیده با هم ترکیب شده‌اند. هر یک از این عناصر موجب کارآفرینی می‌شود، اما به تنهایی برای حفظ آن ناکافی است. بنا به اعتقاد آیزنبرگ (Isenberg, 2011) راهبرد اکوسیستم کارآفرینی، یک راهبرد جدید و مقرون به صرفه برای توسعه کارآفرینی و در نهایت پیشرفت اقتصادی است. به زعم وی، این راهبرد، حداقل مکمل لازم یا حتی پیش‌شرط راهبردهای خوشه‌ای، نظام‌های نوآوری، اقتصادهای دانش‌بنیان و سیاست‌های رقابت‌پذیری ملی است. اکوسیستم ممکن است در سطح منطقه‌ای و یا ملی و حتی در سطح خود روستا، تشکیل شود (Miles & Morrison, 2018; Freitas & Kitson, 2018). آیزنبرگ معتقد است که وجود یک اکوسیستم نقش مهمی در توسعه اقتصادی ایفا می‌کند (Isenberg, 2011). اکوسیستم کارآفرینی، محیطی را ایجاد می‌کند که تلاش‌های کارآفرینانه را تشویق می‌نماید (Forfas, 2009). آیزنبرگ (Isenberg, 2011) در موسسه جهانی بایسون، واژه اکوسیستم کارآفرینی را توسعه داد و معتقد است که اکوسیستم شامل (۱) بازار (مشتری‌های اولیه و شبکه‌هایی همچون شبکه‌های کارآفرینی و شرکت‌های بین‌المللی)؛ (۲) سیاست (شیوه‌های رهبری مستحکم و پشتیبانی از ساختارهای دولت در چارچوب نهادها؛ چارچوب مقرراتی مشوق‌ها و قانون گذاری سرمایه‌پسند)؛ (۳) سرمایه مالی (وام‌های خرد، تأمین بودجه سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر و سرمایه‌گذاران فرشته)؛ (۴) فرهنگ (موفقیت‌های قابل مشاهده، تحمل ریسک و شکست و موقعیت اجتماعی کارآفرینان)؛ (۵) حمایت‌ها (زیرساخت‌ها، حمایت‌های حرفه‌ای همچون قانونی و حسابداری و سازمان‌های غیر دولتی)؛ (۶) سرمایه انسانی (مؤسسات آموزشی و نیروی کار) است.

اهمیت ابعاد و مولفه‌های زیست‌بوم کارآفرینی نظیر نیروی انسانی، عوامل مرتبط با دولت، مشوق‌ها و سیاست‌های حمایتی دولت و عوامل فرهنگی و اجتماعی در توسعه کارآفرینی در قالب تعریف آیزنبرگ از ابعاد اکوسیستم کارآفرینی مشخص شده است. با بررسی مبانی نظری، تعاریف اکوسیستم کارآفرینی و پیشینه پژوهش، می‌توان دریافت که برای ارائه راهبردهایی برای توسعه و تقویت هر اکوسیستم کارآفرینی (نظیر زیست‌بوم کارآفرینی روستایی) با تأکید بر کسب‌وکارها باید به بررسی موضوع مهم شناخت مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده اکوسیستم کارآفرینی در کسب‌وکارهای روستایی پرداخت. پژوهش حاضر، به دنبال ترسیم مدل اکوسیستم کارآفرینی در مناطق کمتر برخوردار روستایی است. یکی از مباحث مهم در توسعه کارآفرینی، بحث زمینه مکانی کارآفرینی است که طی دو دهه گذشته، برای محققان کارآفرینی به موضوعی مهم تبدیل شده است که منجر به درک بسیار بهتر

کارآفرینی می‌شود (Müller & Korsgaard, 2018). همه خصوصیات فردی که بر کارآفرینی تأثیر می‌گذارند، با توجه به رابطه آن‌ها با زمینه‌ای که در آن رخ می‌دهد، مطالعه می‌شوند (López et al., 2019). بسیاری از محققان، امروزه بر این باورند که کارآفرینی نتیجه تعامل بین ویژگی‌های فردی کارآفرین و محیط اطراف آن است و نه فقط یک فعالیت اقتصادی، بلکه در بسیاری از فرهنگ‌ها و زمینه‌های اقتصادی یک فعالیت اجتماعی محسوب می‌شود. در این میان، در حال حاضر مطالعات مربوط به کارآفرینی روستایی به‌عنوان یک نوع خاص از کارآفرینی، توجه بیشتری را به خود جلب کرده است. در این راستا، یکی از مشکلات اصلی که مانع کارآفرینی روستایی در جوامع فقیر می‌شود، این واقعیت است که وقتی افراد فقیر می‌خواهند کسب‌وکار خود را راه‌اندازی کنند، با برخی مشکلات ساختاری اساسی مانند کمبود منابع مالی، آموزش و مهارت‌های مرتبط با تجارت مواجه می‌شوند؛ بنابراین، آن‌ها باید دو برابر افراد با وضعیت اجتماعی-اقتصادی متوسط یا بالا بر موانع غلبه کنند. به گفته برخی از محققان، افراد کم‌برخوردار نیز با مشکلات اجتماعی و فرهنگی مانند تعصب و تبعیض و انگ مرتبط با فقر و همچنین مشکلات نهادی مانند فقدان قوانین و مقررات برای حمایت و تأمین منابع برای کارآفرینان غیررسمی مواجه هستند. اگرچه تلاش‌های زیادی برای پوشش موضوعات مرتبط با فقر در مطالعات کارآفرینی از جمله کارآفرینی مبتنی بر ضرورت، کارآفرینی در مناطق روستایی و توانمندسازی افراد فقیر برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه صورت گرفته است، اما هنوز بسیاری از ابعاد فقر دست نخورده است. شاید زمان آن فرا رسیده است که مطالعات اکوسیستم‌های کارآفرینی بر مناطق کمتربرخوردار و افراد فقیر متمرکز شوند. به همین دلیل این مطالعه برای اولین بار به دنبال آن است که عوامل و ابعاد تأثیرگذار بر ایجاد یک اکوسیستم کارآفرینی در مناطق کمتر برخوردار و در بین افراد فقیر را از دیدگاه نخبگان ترسیم و تدوین نماید.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

زیست‌بوم کارآفرینی به عناصر، افراد، سازمان‌ها یا مؤسسات خارج از فرد کارآفرین اشاره دارد که محرک یا مانع تصمیم فرد برای کارآفرین شدن یا احتمال موفقیت او در صورت راه‌اندازی کسب‌وکار کارآفرینانه است. اکوسیستم کارآفرینی، محیطی را ایجاد می‌کند که تلاش‌های کارآفرینانه را تشویق کند (Isenberg, 2011). سورش و رامراج (Suresh & Ramraj, 2012) چارچوب مفهومی ارائه داده‌اند که در آن هشت عامل بر تصمیم‌گیری افراد برای انتخاب مسیر کارآفرینی اثر می‌گذارد و معتقدند که این چارچوب، اکوسیستم کارآفرینی را تشکیل می‌دهد. حمایت اخلاقی، مالی، تکنولوژی، بازار، اجتماعی، شبکه، دولت و حمایت محیطی تشکیل‌دهنده ابعاد این اکوسیستم کارآفرینی هستند. ابعاد اکوسیستم به‌طور دینامیک با هم تعامل دارند و هماهنگی بین اقدامات، تقسیم وظایف و هم‌افزایی بین عناصر اکوسیستم وجود دارد. در ادبیات رایج کسب‌وکار، اکوسیستم ابزاری حیاتی برای ایجاد اقتصادهای انعطاف‌پذیر براساس نوآوری کارآفرینانه است. زیست‌بوم، جامعه‌ای تعاملی است که در یک منطقه جغرافیایی از بازیگران متنوع و وابسته (مثلاً کارآفرینان، مؤسسات و سازمان‌ها) و عوامل (مثلاً بازارها، چارچوب قانونی، تنظیم‌کننده حمایت، فرهنگ کارآفرینی) تشکیل شده و در طول زمان تکامل یافته است و بازیگران و عوامل آن همسو با یکدیگر همکاری می‌کنند تا به ایجاد خلاقیت جدید دست یابند. ماسون و براون (Mason & Brown, 2014)، اکوسیستم را مجموعه‌ای از بازیگران کارآفرینی متصل (بالمقوله و بالفعل)، سازمان‌های کارآفرینی (برای مثال شرکت‌ها، سرمایه‌گذاران، فرشتگان کسب‌وکار، بانک‌ها)، مؤسسات (دانشگاه‌ها، سازمان‌های بخش دولتی، مؤسسات مالی) و فرایندهای کارآفرینی (به‌عنوان مثال، نرخ زایش کسب‌وکار، تعداد شرکت‌های با رشد بالا، تعداد کارآفرینان سریالی، میزان ذهنی فروش درون شرکت‌ها و سطوح جاه‌طلبی کارآفرینی) می‌دانند که به‌طور رسمی و غیر رسمی در یک محیط کارآفرینی محلی به هم گره خورده‌اند. استام و اسپیگل (Stam & Spigel, 2016)، اکوسیستم کارآفرینی را مجموعه‌ای از بازیگران و عوامل وابسته به هم می‌دانند، به‌گونه‌ای که آن‌ها کارآفرینی مولد را در یک قلمرو خاص امکان‌پذیر می‌کنند. اکوسیستم کارآفرینی، یک جامعه خود سازمان‌یافته، تطبیقی، از لحاظ جغرافیایی محدود و تشکیل

شده از عوامل پیچیده‌ای است که در سطوح چندگانه و تجمعی فعالیت می‌کنند و برهم‌کنش‌های غیر خطی آن‌ها به الگوی فعالیت‌هایی منتهی می‌شود که از طریق آن‌ها سرمایه‌گذاری‌های جدید شکل می‌گیرد و با گذشت زمان حل می‌شود. باوه و زهرا (Bhawe & Zahra, 2019) معتقدند اکوسیستم کارآفرینی، مجموعه‌ای از سیستم‌ها، شبکه‌ها، روابط و نهادها است که قوانین مختلفی را تعریف، شکل، هدایت و اجرا می‌کنند و افراد متعهد را درگیر ایجاد و رشد کسب‌وکار جدید می‌کنند. آمولو و میگیرو (Amolo & Migiro, 2015)، اکوسیستم کارآفرینانه را تسهیلات، منابع، افراد و فضایی کارآفرینانه تعریف می‌کنند که برای تحقق کارآفرینی ضروری است. اکوسیستم کارآفرینی به عناصر- افراد، سازمان‌ها یا مؤسسات- خارج از فرد کارآفرین اشاره دارد که محرک یا مانع تصمیم فرد برای کارآفرین شدن یا احتمال موفقیت او در صورت راه‌اندازی کسب‌وکار کارآفرینانه است. اکوسیستم کارآفرینی محیطی را ایجاد می‌کند که تلاش‌های کارآفرینانه را تشویق می‌کند (Forfas, 2009). ممکن است ترکیب‌های بسیاری وجود داشته باشد که منتهی به ایجاد اکوسیستم‌های متفاوت و متناوب گردد، به طوری که با موفقیت و پیشرفت همراه باشند. این عناصر شامل شرکت‌ها، دانشگاه‌ها، آزمایشگاه‌ها، مشاورین، سرمایه‌گذاران، سازمان‌های پژوهشی، مؤسسات و غیره می‌باشند (Cohen, 2006). پیسترو و همکاران (Pistru et al., 2008) معتقدند صرف‌نظر از جزئیات، مفهوم اکوسیستم کارآفرینی، از سه فاکتور کلیدی تشکیل شده است: وجود انبوه بحرانی از کارآفرینان، شرکت‌ها و مؤسسات خصوصی در مکان ویژه؛ توسعه شبکه متراکم از روابط بین این عوامل؛ و فرهنگ کارآفرینی که همه این تکه‌ها را با هم جمع می‌کند. در نهایت آیزنبرگ (Isenberg, 2011) معتقد است، اکوسیستم شامل (۱) بازار (مشتری‌ها اولیه و شبکه‌هایی همچون شبکه‌های کارآفرینی و شرکت‌های بین‌المللی)؛ (۲) سیاست (شیوه‌های رهبری مستحکم و پشتیبانی از ساختارهای دولت در چارچوب نهادها؛ چارچوب مقرراتی مشوق‌ها و قانون‌گذاری سرمایه‌پسند)؛ (۳) سرمایه مالی (وام‌های خرد، تأمین بودجه سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر و سرمایه‌گذاران فرشته)؛ (۴) فرهنگ (داستان موفقیت‌های قابل‌مشاهده، تحمل ریسک و شکست و موقعیت اجتماعی کارآفرینان)؛ (۵) حمایت‌ها (زیرساخت‌ها، حمایت‌های حرفه‌ای همچون قانونی و حسابداری و سازمان‌های غیر دولتی)؛ (۶) سرمایه انسانی (مؤسسات آموزشی و نیروی کار) است. عوامل مختلفی در یک اکوسیستم کارآفرینی در یک کسب‌وکار می‌تواند نقش ایفا کند؛ از جمله ویژگی‌های عوامل مدیریتی، آموزش مدیران، پاسخگویی و چالاکی راهبردی قوانین، دسترسی به تأمین مالی و ظرفیت منابع انسانی، ظرفیت مدیریت، مهارت‌های بازاریابی، ظرفیت‌های فناوری، نقش تسهیلات بانکی بنگاه‌های کوچک، مدیر داده‌ها و اطلاعات و سیستم‌های اطلاعاتی، سرمایه‌گذارها، تغییراتی در نوع و روش آموزش و نحوه تعامل صنعت با دانشگاه، تسهیلات و حمایت‌های مالی و غیرمالی، راهبردهای افزایش فروشندگان، توسعه روابط عمومی و اطلاع‌رسانی درباره محصولات، فروش محصولات در مناطق جدید و بهبود و اصلاح محصولات کنونی، توسعه و بهبود روابط با مؤسسات آموزشی و سایر خدمات‌کمی، ارتقا قابلیت‌های فناورانه و غیره نقش مهمی در فرایند رشد و توسعه کسب‌وکارها برعهده دارند. در زیست‌بوم کارآفرینی باید بررسی شود هر یک از عناصر چگونه وظایف خودشان را انجام می‌دهند؛ زیرا ضعف در هر یک از عناصر می‌تواند به‌طور مستقیم و غیر مستقیم بر شایستگی یا قابلیت اکوسیستم اثر بگذارد که این در یک اکوسیستم کارآفرینی در بستر مناطق کمتر برخوردار روستایی از اهمیت دو چندان برخوردار است.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، از منظر پارادایم، کیفی- کمی با رویکرد اکتشافی و از نظر روش، توصیفی- تحلیلی است. با توجه به اینکه راهنمای منسجم و مشخصی در زمینه ابعاد تأثیرگذار بر زیست‌بوم کارآفرینی مناطق کمتر برخوردار وجود نداشت، در گام اول با استفاده از مرور ادبیات و تفسیر نظرات خبرگان بر مبنای مطلع بودن افراد نمونه در رابطه با کارآفرینی، توسعه روستایی و حوزه‌های مرتبط با آن، از هشت خبره دانشگاهی در حیطه کارآفرینی در دانشگاه‌های غرب کشور، سه کارشناس

باتجربه و متخصص در حیطه کارآفرینی روستایی در اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی، دو کارشناس اشتغال‌زایی از جهاد کشاورزی و دو کارآفرین نمونه در مناطق روستایی کمتر برخوردار بهره گرفته شد. در زمینه شناسایی عوامل اثرگذار بر ایجاد زیست‌بوم کارآفرینی در مناطق کمتر برخوردار که به صورت هدفمند انتخاب شده بودند، مصاحبه شد. همه مصاحبه‌شوندگان به طور متوسط ۱۰ سال سابقه کار در زمینه کارآفرینی و کارآفرینی روستایی داشتند. در انتهای گام اول، پس از گردآوری مصاحبه‌ها و نظرات کارشناسان تمام عوامل و زیرعوامل مؤثر بر ایجاد زیست‌بوم کارآفرینی در مناطق کمتر برخوردار شناسایی و دسته‌بندی شدند. در گام دوم برای تعیین ارتباط، تقدم و تأخر عوامل اجرایی مؤثر شناسایی شده و سازوکار فرایندی ایجاد زیست‌بوم کارآفرینی در مناطق کمتر برخوردار از روش الگوسازی - ساختاری تفسیری استفاده شد. در نهایت، دسته‌بندی عوامل بر اساس قدرت اثرگذاری و اثرپذیری براساس تحلیل MICMAC انجام گرفت. برای اطمینان از صحت و پایایی داده‌ها، از چهار معیار اعتبارپذیری، تأییدپذیری، قابلیت اعتماد و انتقال‌پذیری بهره گرفته شد. الگوی ساختاری - تفسیری (ISM) به عنوان ابزاری برای نظم‌بخشیدن و جهت‌دادن به پیچیدگی و آشفتگی روابط بین عوامل به کار می‌رود. به عبارتی دیگر، یک فرایند یادگیری تعاملی است که از طریق تفسیر نظرات گروهی از خبرگان به چگونگی ارتباط بین مفاهیم یک مسئله می‌پردازد و ساختاری جامع از مجموعه پیچیده‌ای از مفاهیم ایجاد می‌کند. افزون بر مشخص کردن تقدم و تأخر، تأثیرگذاری عناصر بر یکدیگر را در یک مجموعه پیچیده از عناصر در ساختار سلسله‌مراتبی تعیین می‌کند. پس از شناسایی و دسته‌بندی عوامل و زیرعوامل مؤثر بر ایجاد زیست‌بوم کارآفرینی در مناطق کمتر برخوردار، اقدام به طراحی پرسشنامه ISM و تشکیل یک رابطه زمینه‌ای بین عوامل، بسته به هدف مطالعه شد؛ که پس از طراحی پرسشنامه ISM، این تکنیک در چهار فاز طراحی و اجرا شد. در بخش ابتدایی از افراد نمونه مصاحبه‌شونده خواسته شد که با استفاده از چهار رابطه مفهومی زیر رابطه میان این عوامل را توصیف کنند؛

V: یعنی عامل i منجر به عامل z می‌شود (اعلت z)؛

A: یعنی عامل z منجر به عامل i می‌شود (ز علت i)؛

X: یعنی عامل i منجر به عامل z و عامل z منجر به عامل i می‌شود (همبستگی)؛

O: یعنی عامل i و عامل z هیچ تأثیری بر یکدیگر ندارند (عدم رابطه).

برای سازگار کردن ماتریس دستیابی اولیه، روش‌های مختلفی پیشنهاد شده است؛ از جمله اخذ مجدد نظرات کمیته کارشناسان خبره با استفاده از پرسشنامه ISM و دستیابی به سازگاری ماتریس و روش دیگر استفاده از قوانین ریاضی برای ایجاد سازگاری در ماتریس دستیابی اولیه است که در این مطالعه با استفاده از قاعده بولن، سازگار کردن ماتریس‌ها مورد ارزیابی و محاسبه قرار گرفت.

یافته‌ها

اجرای تکنیک ساختاری - تفسیری، برای به دست آوردن روابط و سطح‌بندی ابعاد اکوسیستم کارآفرینی در مناطق کمتر برخوردار هشت عامل محوری عوامل فرهنگی - اجتماعی، عوامل کلان‌سیاستی، سرمایه انسانی، حمایتی - پشتیبانی، تأمین مالی، بازار، فردی - حرفه‌ای و ظرفیت منطقه‌ای شناسایی شد که بر ایجاد و توسعه مؤلفه‌های زیست‌بوم کارآفرینی در مناطق کمتر برخوردار اثرگذارند. در ادامه با تشکیل ماتریس خود تعاملی ساختاری SSIM، متغیرهای مسئله به صورت زوجی با هم بررسی شدند. به این منظور نخست پرسشنامه طراحی شد و هشت عامل محوری در سطر و ستون جدول آورده شد و از پاسخگویان خواسته شد که با استفاده از نمادهای A، V، X، O نوع ارتباطات دو به دو عوامل را مشخص کنند. از طریق تبدیل نمادهای A، V، X، O به صفر و یک برای هر خانه جدول فوق، ماتریس دستیابی حاصل شد (جدول ۱).

جدول ۱: SSIM برای عوامل مؤثر بر ایجاد اکوسیستم کارآفرینی در مناطق کمتر برخوردار

عوامل	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸
کلان حاکمیتی	V	V	V	V	V	O	O	V
حمایتی - پشتیبانی	A	A	A	A	A	A	A	A
فردی - حرفه‌ای		A	A	X	X	V	A	X
ظرفیت منطقه‌ای					X	V	A	A
فرهنگی - اجتماعی						O	O	A
سرمایه انسانی							A	O
بازار								V
تأمین مالی								V

جدول ۲. ماتریس دستیابی اولیه

عوامل	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸
کلان حاکمیتی	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
حمایتی - پشتیبانی	۰	۰	۰	۱	۰	۱	۰	۱
فردی - حرفه‌ای	۱	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۰
ظرفیت منطقه‌ای	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰
فرهنگی - اجتماعی	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۱
سرمایه انسانی	۰	۰	۰	۱	۰	۱	۰	۰
بازار	۰	۱	۱	۱	۰	۱	۰	۰
تأمین مالی	۰	۰	۰	۱	۰	۱	۱	۱

پس از آنکه ماتریس دسترسی اولیه به دست آمد، با وارد نمودن انتقال‌پذیری و سازگاری در روابط متغیرها ماتریس دسترسی نهایی به دست می‌آید. روش به‌دست آوردن ماتریس دسترسی به این صورت است که در آن، ماتریس مجاورت را به ماتریس واحد اضافه می‌کنیم و سپس این ماتریس را در صورت تغییر نکردن درایه‌های ماتریس به توان n می‌رسانیم. فرمول زیر روش تعیین ماتریس دسترسی را با استفاده از ماتریس مجاورت نشان می‌دهد: مرحله اول: $A+I$ مرحله دوم: $M=(A+I)^n$

ماتریس A ، ماتریس دسترسی اولیه، I ماتریس همانی و M ماتریس دسترسی نهایی است. عملیات به توان رساندن ماتریس باید طبق قاعده بولین باشد که براین اساس داریم $1+1=1$ و $1 \times 1=1$.

جدول ۳. ماتریس دسترسی نهایی

فاکتور	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	پیش برنده	رتبه
کلان حاکمیتی	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۷	۲
حمایتی - پشتیبانی	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۰	۵	۴
فردی - حرفه‌ای	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۶	۳
ظرفیت منطقه‌ای	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۰	۵	۴
فرهنگی - اجتماعی	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۶	۳
سرمایه انسانی	۰	۱	۰	۰	۰	۱	۱	۰	۴	۵
بازار	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۰	۶	۳
تأمین مالی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۸	۱
وابستگی	۳	۸	۸	۱	۸	۸	۷	۳		

برای تعیین سطح و اولویت متغیرها طبق نظر تربودی و همکاران، تفکیک اجزای یک ساختار به سطوح مختلف با هدف شناخت روابط میان آن‌ها در یک سلسله مراتب ضروری است. ابتدا مجموعه دستیابی و مجموعه پیش‌نیاز برای هر معیار به دست می‌آید و سپس اشتراک آن‌ها محاسبه می‌گردد. سطوح به‌دست آمده برای مدل‌سازی زیست‌بوم کارآفرینی در مناطق کمتر برخوردار روستایی در قالب جدول ۴، نمایش داده شده است. در نهایت با توجه به سطوح متغیرها و ماتریس دسترسی نهایی الگوی ساختاری - تفسیری ترسیم شد.

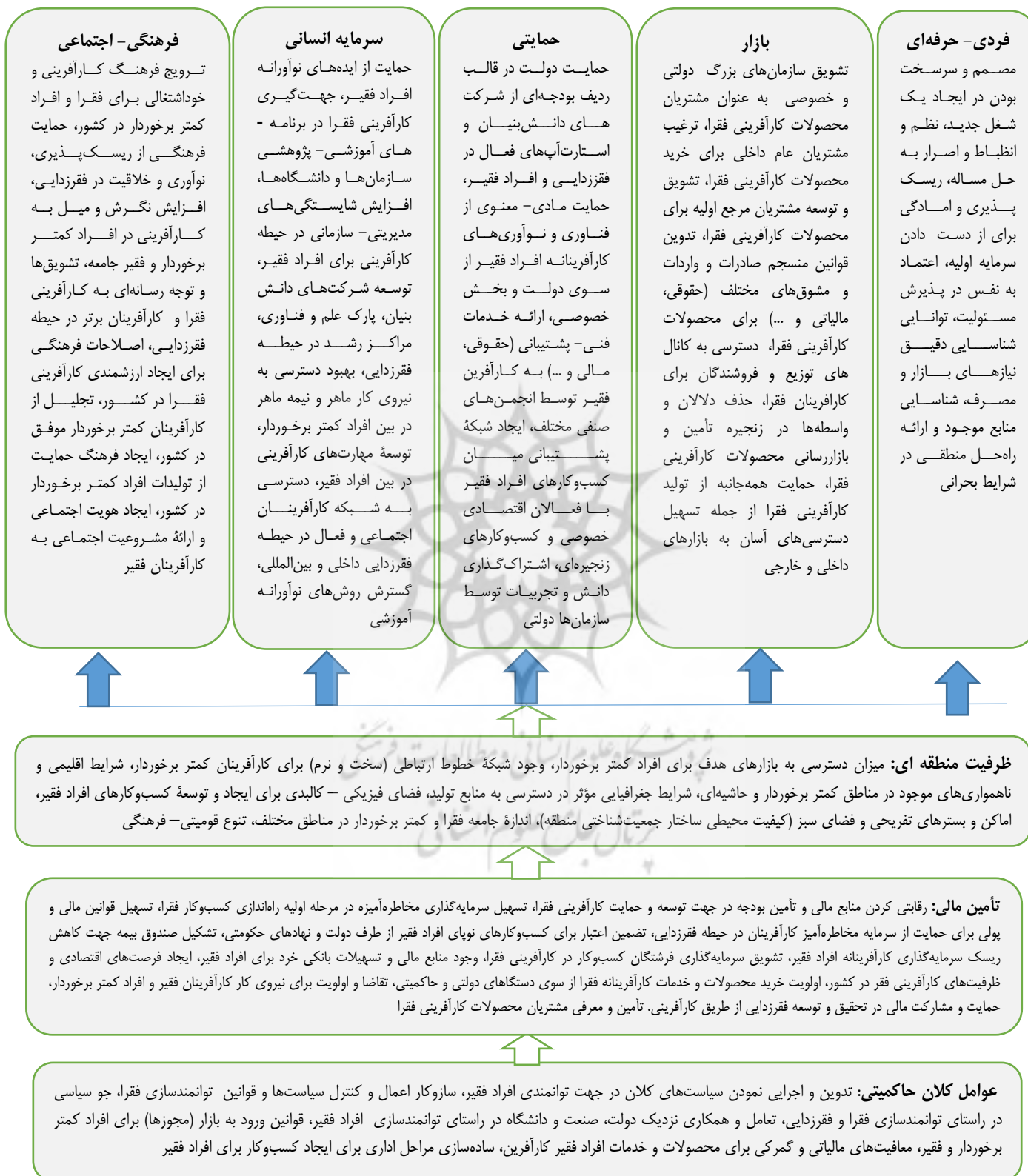
جدول ۴. تعیین سطوح عوامل

عامل	مجموعه ورودی	مجموعه خروجی	مجموعه مشترک	سطح
a:Iteration 1				
F2	1,2,3,4,5,6	2,3,4,5	2,3,4,5	2,3,4,5
F3	3,4,5,6	1,2,3,4,5,6	3,4,5,6	3,4,5,6
F5	1,2,3,4,5,6	2,3,4,5,6	2,3,4,5,6	2,3,4,5,6
F6	1,2,3,4,5,6	2,3,4,5,6	2,3,4,5,6	2,3,4,5,6
F7	1,2, ,4,5,6,7,8	2,3,4,5,6,7	2,3,4,5,6,7	2,3,4,5,6,7
b:Iteration 4				
F1	1,2,3,4,5,6	2,3,4,5	2,3,4,5	2,3,4,5
b:Iteration 3				
F4	1,2,3,4,5,6	2,3,4,5,6	2,3,4,5,6	2,3,4,5,6
c:Iteration 2				
F8	1,2,3,4,5,6	2,3,4,5	2,3,4,5	2,3,4,5

جدول ۵. سطح تکرار نهایی عوامل مؤثر بر ایجاد زیست‌بوم کارآفرینی

کد عوامل مؤثر	مجموعه دستیابی (سطر)	سطح
F1	کلان حاکمیتی	چهارم
F2	حمایتی - پشتیبانی	اول
F3	فردی - حرفه‌ای	اول
F4	ظرفیت منطقه‌ای	سوم
F5	فرهنگی - اجتماعی	اول
F6	سرمایه انسانی	اول
F7	بازار	اول
F8	تأمین مالی	دوم

پس از تعیین سطح و روابط بین عناصر، می‌توان آن‌ها را در قالب یک الگو ترسیم کرد. براساس نتایج گام قبل ترسیم الگوی ساختاری - تفسیری از سطح پایین عوامل ایجاد شد. نمایش وابستگی متقابل بین عوامل A و Z با یک فلش در الگو مشخص شد؛ به طوری که براساس یافته‌ها، عوامل حمایتی - پشتیبانی، فردی - حرفه‌ای، فرهنگی - اجتماعی، سرمایه انسانی و بازار در بالاترین سطح و عامل کلان حاکمیتی در پایین‌ترین سطح قرار گرفت. عامل کلان حاکمیتی به عنوان پایه الگو بوده و با تأثیرگذاری بر سایر عوامل مهم‌ترین عامل اجرایی مؤثر بر ایجاد زیست‌بوم کارآفرینی در مناطق کمتر برخوردار است. عامل ظرفیت منطقه‌ای در سطح سوم و عامل تأمین مالی در سطح دوم تأثیرگذار بوده است. الگوی ساختاری - تفسیری ترسیم شده برای تمامی عوامل مؤثر بر ایجاد زیست‌بوم کارآفرینی در مناطق کمتر برخوردار در شکل ۱، به تفصیل نشان داده شده است.



شکل ۱. سطح‌بندی ابعاد زیست‌بوم کارآفرینی در مناطق کمتر برخوردار بر اساس نظر نخبگان

بحث و نتیجه‌گیری

اولویت‌بندی ابعاد زیست‌بوم کارآفرینی فقرا در توانمندسازی و کاهش فقر، گویای آن‌ود که مهم‌ترین بعد در زیست‌بوم کارآفرینی فقرا متعلق به بسترهای حاکمیتی-سیاستی می‌باشد. برای ساختن یک زیست‌بوم موفق که از کارآفرینی پشتیبانی کند، زمان و تلاش برنامه‌ریزی شده نیاز است. لازم است درک شود که عناصر زیست‌بوم‌های کارآفرینی با دیگر زیست‌بوم‌ها متفاوت است و عناصر زیست‌بوم خود به خود با هم هماهنگ نمی‌شوند و نیازمند برنامه‌ریزی بلندمدت هستند. در مسیر طولانی توسعه کارآفرینی فقرا، ضرورت دارد که همه عناصر زیست‌بوم به صورت تفکر سیستمی و به‌طور جمعی و با چشم‌انداز بلندمدت کار کنند. اهمیت سنجی و اولویت‌بندی عوامل زیست‌بوم کارآفرینی در مناطق کمتر برخوردار گویای آن است که سیاست‌های دولتی و حاکمیتی نقش به‌سزایی در کاهش فقر ایفا می‌کنند که مطالعات پیشین (Isenberg, 2011; Bhawe & Zahra, 2019; Xu & Maas, 2019) به اهمیت این عامل در یک زیست‌بوم کارآفرینی به‌طور کلی اشاره نموده‌اند. عوامل سیاسی و حاکمیتی از مهم‌ترین کلیدی‌ترین بخش اقتصادی و سیاسی هستند که در آن کارآفرینی اتفاق می‌افتد. در مطالعات عمومی‌تر در حیطه زیست‌بوم کارآفرینی نیز به اهمیت و نقش آن اشاره شده است. در این راستا، تدوین و اجرایی نمودن سیاست‌های کلان در جهت توانمندی افراد فقیر، سازوکار اعمال و کنترل سیاست‌ها و قوانین توانمندسازی فقرا، جو سیاسی در راستای توانمندسازی فقرا و فقر زدایی، تعامل و همکاری نزدیک دولت، صنعت و دانشگاه در راستای توانمندسازی افراد فقیر، قوانین ورود به بازار (مجوزها) برای افراد کمتر برخوردار و فقیر، معافیت‌های مالیاتی و گمرکی برای محصولات و خدمات افراد فقیر کارآفرین و ساده‌سازی مراحل اداری برای ایجاد کسب‌وکار برای افراد فقیر را شامل می‌شود.

دومین عامل مؤثر در ایجاد یک زیست‌بوم کارآفرینی در مناطق کمتر برخوردار تأمین مالی است. این عامل، جایگاه ویژه‌ای در ادبیات کلی زیست‌بوم کارآفرینی دارد؛ به‌طوری‌که نتایج پژوهش‌های قبلی (Isenberg, 2011; Spigel & Harrison, 2018) به اهمیت آن اشاره می‌کنند. سرمایه مالی باید به سهولت در دسترس افراد فقیر باشد و همچنین بازار سرمایه بخش خصوصی که سرمایه‌گذاری همراه با ریسک را پذیرفته باشد، برای رشد کارآفرینی در بین افراد فقیر و مناطق حاشیه‌ای ضروری می‌باشد. قوانین حاکم بر کسب‌وکارهای مختص به فقرا نیز بایستی امکان مدیریت ریسک را به‌صورت مناسب فراهم کند و سرمایه‌داران و سهام‌داران کوچک را مورد حمایت قرار دهد. استام (Stam, 2015) و بادپا و شیری (۱۴۰۱) معتقدند که تأمین مالی و دسترسی به منابع مالی برای سرمایه‌گذاری در طرح‌های کارآفرینانه نامطمئن با افق بلندمدت بسیار حیاتی است. این بعد شامل توسعه وام با بهره کم و بازپرداخت بلندمدت به کسب‌وکارهای فقرا، توسعه سرمایه‌گذاری دوستان و خانواده‌ها در کسب‌وکارهای خرد، توسعه سهام خصوصی و بازارهای سرمایه دولتی در بین افراد حاشیه‌ای، تقویت صندوق‌های ضمانت اعتباری کسب‌وکارهای فقرا و تأمین مالی ارزان‌قیمت از کسب‌وکارهای افراد حاشیه‌ای را شامل می‌شود.

بعد جغرافیایی زیست‌بوم کارآفرینی فقرا که مورد تأکید صاحب‌نظران این حوزه نیز هست، صرفاً ابعاد فیزیکی فضای جغرافیایی را شامل نمی‌شود، بلکه منظور از بعد جغرافیایی در زیست‌بوم، محدوده عملکرد عناصر آن است. محدود کردن زیست‌بوم کارآفرینی و عملکرد اجزای تشکیل‌دهنده آن به منطقه مورد مطالعه (یک منطقه یا یک کشور) از جمله این اشتباهات به‌شمار می‌آید و دلیل این موضوع نیز این است که بیشتر پژوهشگران، محیط فعالیت کسب‌وکارها را صرفاً با مکان فعالیت آن‌ها تعریف می‌کنند. در حالی که بازیگرانی مانند دولت، جامعه و کارآفرینان آن، دانشگاه‌ها، محیط جغرافیایی و سایر بازیگران معمولاً عملکردی فراتر از یک منطقه یا یک کشور دارند. این موضوع برای مطالعاتی که در محدوده‌های جغرافیایی وسیع‌تر نظیر کشورهای عضو پیمان یا اتحادیه خاص (نظیر اتحادیه اروپا) انجام گرفته نیز صادق است.

تأکید رهیافت زیست‌بوم کارآفرینی بر دارایی‌ها، مشکلات و فرصت‌های موجود می‌باشد. هر کشوری باید به دقت بر جغرافیای خاص خودش تمرکز کند. آنچه که در یک منطقه کار می‌کند، ممکن است در مناطق دیگر کار نکند. بسیاری از جوامع

علل شکست خود را در زمینه کارآفرینی باید در درون خودشان جستجو کنند. بنابراین، هرکشوری بر پایه شرایط اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی و موقعیت جغرافیایی خود، می‌تواند زیست‌بوم کارآفرینی متفاوتی داشته باشد. توسعه کارآفرینی فقرا نیازمند فراهم‌سازی زمینه‌های مختلف فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و از طرفی همکاری نظام‌های آموزشی با ساختارهای اداری و مالی و سایر سازوکارهای حمایتی در راستای توانمندسازی افراد حاشیه‌ای و کمتر برخوردار می‌باشد. بنابراین، بایستی همه نهادها، دستگاه‌ها و مؤسسات و دست‌اندرکاران به‌طور منسجم و منطبق با آمیزه‌های برآمده از رویکرد نظام‌مند با تمام توان و پتانسیل‌های موجود در جهت آموزش، ترویج و توسعه واقعی آن در سطح همه لایه‌ها و اقشار جامعه همت گمارند.

با توجه به نتایج به دست آمده از تحقیق حاضر هشت عامل در زیست‌بوم کارآفرینی فقرا تأثیر دارند. بنابراین، پیشنهاد می‌گردد که به‌منظور توسعه زیست‌بوم کارآفرینی در مناطق کمتر برخوردار، دولت در برنامه‌های اقتصادی - حمایتی خود در راستای فقرزدایی، این ابعاد استخراجی را بیشتر مورد توجه قرار دهد و به مانع‌زدایی و پشتیبانی از شکل‌گیری ابعاد زیست‌بوم کارآفرینی در مناطق کمتر برخوردار اهمیت بیشتری دهد؛ بنابراین، در این راستا موارد زیر توصیه می‌شود:

۱ - ارائه مشوق‌های سرمایه‌گذاری مانند تخفیف‌ها و معافیت‌های مالیاتی و اعطای اعتبارات خرد به افراد فقیر مستعد و نوآور در کل کشور؛

۳ - با توجه به اهمیت بعد حاکمیتی - سیاستی پیشنهاد می‌شود با تشکیل کارگروه‌های مشترک با بخش‌ها و وزارت - خانه‌های دولت و ستاد اجرایی فرمان حضرت امام (ره) در راستای مقررات‌زدایی در بدنه دولت به‌منظور زمان‌سنجی و تعیین شاخص‌ها و معیارهای حذف قوانین به‌منظور هماهنگی دستگاه‌های ذی‌ربط در راستای توسعه کارآفرینی فقرا و توسعه زیست‌بوم‌های اشتراکی در مناطق حاشیه‌ای اقدام شود؛

۴ - حمایت دولت در قالب برنامه‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت همچون جهاد خرید از محصولات داخلی با اولویت به کارآفرینان فقیر یا کارآفرینان فعال در بخش فقرزدایی و توانمندسازی افراد حاشیه‌ای به دلیل آنکه کسب‌وکارهای نوپا اغلب توانایی کمی برای رقابت با محصولات مشابه خارجی دارند، این امر موجب رونق بنگاه‌های تولیدی کشور می‌شود.

۵- ترویج کارآفرینی فقرا و افزایش منزلت اجتماعی کارآفرینان فقیر از طریق صدا و سیما در قالب برنامه‌هایی همچون برنامه کارآفرین عزت‌مند و ... که در آن از افراد فقیر نوآور و کارآفرینان فعال در حوزه توانمندسازی افراد حاشیه‌ای را در قالب یک برنامه ترکیبی آموزشی - رقابتی تقدیر به‌عمل آید.

۶- پیشنهاد می‌شود با اعمال سیاست‌های تشویقی برای مطبوعات فعال و رسانه‌های تصویری - نوشتاری در توسعه فرهنگ کارآفرینی در مناطق کمتر برخوردار در سطح جامعه نسبت به توسعه چنین فعالیت‌هایی اقدام شود. مطبوعات می‌توانند به‌عنوان حلقه ارتباط بین کارآفرینان فقرا و مسئولان، سرمایه‌گذاران و صاحبان ایده یا افراد فقیر نوآور و مشاوران کسب‌وکار نقش مهمی در توسعه کارآفرینی فقرا ایفا کنند.

۷- دسترسی به تأمین مالی و محیط مالی توسعه‌یافته برای شروع کسب‌وکار خرد در بین افراد کمتر برخوردار و همچنین دوام و پایداری کسب‌وکارهای نوپا لازم و ضروری است. دولت با رویکرد تأمین مالی هوشمند می‌تواند موجبات افزایش انگیزه کارآفرینانه، فعالیت‌های کارآفرینانه و تثبیت این نوع فعالیت‌ها را در بین افراد حاشیه‌ای و کمتر برخوردار فراهم آورد.

منابع

بادپا، بهروز و شیرینی، نعمت‌اله. (۱۴۰۱). اثر مؤلفه‌های تصمیم‌گیری مالی و سرمایه‌گذاری بر قصد کارآفرینانه دانشجویان رشته حسابداری ایران. *مجله دانش حسابداری*، ۱۳ (۳)، ۶۵-۸۸.

- شیری، نعمت‌اله. (۱۴۰۱). طراحی الگویی برای ترویج فعالیت‌های کارآفرینانه در تعاونی‌های دانشجویی کشاورزی. فصلنامه تعاون و کشاورزی. ۱۰ (۴۰)، ۵۳-۸۱.
- شیری، نعمت‌اله. (۱۴۰۱). واکاوی تعیین‌کننده‌های محیطی قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی (مطالعه موردی: دانشگاه ایلام). نشریه راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، ۹ (۱۷)، ۹۴-۱۰۳.
- شیری، نعمت‌اله.، مرادزادی، همایون، مهدی‌زاده، حسین. و صی‌محمدی، سمیره. (۱۴۰۰). فرصت‌های راه‌اندازی تعاونی‌های دانشجویی در دانشگاه ایلام: راهنمایی برای توسعه تعاونی‌های کشاورزی و خدماتی. فصلنامه تعاون و کشاورزی. ۱۰ (۳۹)، ۷۵-۹۶.
- Aggarwal, A. K. (2018). Rural Entrepreneurship Development Ecosystem – An Emerging Paradigm of Rural Socio-Economic Development (May 24, 2018). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3184127> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3184127>.
- Amolo, J., & Migiro, S. O. (2015). An entrepreneurial flair development: the role of anecosystem. *Problems and Perspectives in Management*, 13 (2), 494-505.
- Bhawe, N., & Zahra, S. A. (2019). Inducing heterogeneity in local entrepreneurial ecosystems: the role of MNEs. *Small Business Economics*, 52(2), 437-454.
- Bosworth, G., & Turner, R. (2018). Interrogating the meaning of a rural business through arural capitals framework. *Journal of rural studies*, 60, 1-10.
- Cohen, B. (2006). Sustainable valley entrepreneurial ecosystems. *Business Strategy and the Environment*, 15(1), 1-14
- Forfas, F. (2009). Entrepreneurial Ecosystem: South West Ireland, rethinking entrepreneurship. Baseline Data and Analysis, South West Ireland. Dublin. 26p. www.forfas.ie.
- Freitas, C., & Kitson, M. (2018). Perceptions of entrepreneurial ecosystems in remote islands and core regions. *Island Studies Journal*, 13, 267-284.
- Isenberg, D. (2011). The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm foreconomic policy: Principles for cultivating entrepreneurship, the Babson entrepreneurship ecosystem project. Babson College, Massachusetts.
- Isenberg, D. J. (2010). How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard business review* 88 (6) 40-50.
- Khoshmaram, M., Shiri, N., Shinnar, R. S., & Savari, M. (2020) Environmental support and entrepreneurial behavior among Iranian farmers: The mediating roles of social and human capital. *Journal of Small Business Management*, 58(5), 1064-1088.
- López, M., Cazorla, A., & Panta, M. D. P. (2019). Rural Entrepreneurship Strategies: Empirical Experience in the Northern Sub-Plateau of Spain. *Sustainability*, 11(5), 12-43.
- Mason, C., & Brown, R. (2014). Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship. *Final Report to OECD*, 30 (1), 77-102.
- Miles, M. P., & Morrison, M. (2018). An effectual leadership perspective for developing rural entrepreneurial ecosystems. *Small Business Economics*, 1-17.
- Müller, S., & Korsgaard, S. (2018). Resources and bridging: the role of spatial context in rural entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, 30 (1-2), 224-255.
- Pato, M. L., & Teixeira, A. A. (2016). Twenty years of rural entrepreneurship: a bibliometric survey. *Sociologia Ruralis*, 56(1), 3-28.
- Pistrui, D., Blessing, J., & Mekemson, K. (2008). Building an entrepreneurial engineering ecosystem for future generations: the kern Entrepreneurship education network, American Society of Engineering Educators 2008 ASEE. *Annual Conference and Exposition*, 22-25.
- Polbitsyn, S. N. (2019). Russia's Rural Entrepreneurial Ecosystems. *Economy of Region*, 15, 298-308.
- Spigel, B. (2015). The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*. Forthcoming.
- Spigel, B., & Harrison, R. (2018). Toward a process theory of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12(1), 151-168.
- Stam, E. (2015). Entrepreneurial ecosystems and regional policy: a sympathetic critique. *European Planning Studies*, 23(9), 1759-1769.

- Stam, F. C., & Spigel, B. (2016). Entrepreneurial ecosystems. Working Papers Utrecht School of Economics, 16-13.
- Suresh, J., & Ramraj, R. (2012). Entrepreneurial ecosystem: case study on the influence of environmental factors on entrepreneurial success. *European Journal of Business and Management*, 4(16), 95-101.
- Xu, Z., & Maas, G. (2019). Innovation and entrepreneurial ecosystems as important building blocks. *Transformational Entrepreneurship Practices*, 15-32.

