دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری
راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی

پدیدارشناسی موانع ایجاد و راه‌اندازی استارت‌آپ‌های کشاورزی

نادر نادری[۱]، زهرا یوسفی[۲] و بیژن رضایی[۱]

۱- استادیار، مدیریت کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی کرمانشاه
۲- دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت کارآفرینی، گرایش خدمات کشاورزی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی کرمانشاه
(نویسنده مسوول: zahra.yusefi71@gmail.com)
تاریخ دریافت: ۹۵/۵/۱۹ تاریخ پذیرش: ۹۵/۷/۱۷

چکیده

این پژوهش، به دنبال پدیدارشناسی موانع ایجاد و راه‌اندازی استارت‌آپ‌های کشاورزی بوده که به صورت کیفی و به روش پدیدارشناسی صورت پذیرفت. شرکت‌کنندگان ۱۵ تن از مدیران استارت‌آپ‌های کشاورزی در سال ۱۳۹۵ بودند که شرکت‌هایشان در مرحله پیش‌رشد و یا رشد قرار داشت و تحت حمایت پارک علم و فناوری فعالیت می‌کردند و پژوهش، طی مصاحبه با ۱۱ نفر از آنان به اشباع نظری رسید. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، مصاحبه عمیق با سؤالات باز بوده که سؤال اصلی پژوهش "برای شروع و راه‌اندازی استارت‌آپ کشاورزی خود با چه موانعی روبرو شده‌اید؟" بوده و تجزیه و تحلیل داده‌ها بر اساس روش کلایزی انجام شد و در نهایت مصاحبه دیگری برای بررسی اعتبار نتایج تحقیق انجام شد. یافته‌های تحقیق در قالب ۷ مضمون اصلی و ٤ زیر مضمون بود که مضامین اصلی عبارتند از جذابیت پایین فعالیت در بخش کشاورزی برای جذب سرمایه، تفکر هزینه بالا و حاشیه سود پایین فعالیت‌های مرتبط با کشاورزی، سوء مدیریت کلان و فقدان تشخیص اولویت‌های بخش کشاورزی، ناتوانی سیستم اطلاع‌رسانی دولت جهت خدمت‌رسانی به طرح‌های ایده محور کشاورزی، ضعف مدیریتی و عدم اتخاذ تصمیمات راهبردی برای پیشرفت در بخش کشاورزی، محدودیت اختصاص سوله برای استارت‌آپ‌های کشاورزی در پارک علم و فناوری، هزینه بالای تأمین تجهیزات و ملزومات اولیه جهت راه‌اندازی استارت‌آپ کشاورزی، احتمال بالای سرقت ایده به‌دلیل طولانی بودن روند اخذ پروانه ساخت در بخش کشاورزی، زمان‌بر و هزینه‌بر بودن پروسه اخذ مجوزهای لازم از مراجع زیربط مانند جهاد کشاورزی، معاونت غذا و دارو، عوامل اقلیمی غیر قابل پیش‌بینی مانند آب و هوا، بارندگی، رطوبت و ...، مشکل دسترسی به محل کار به دلیل فاصله مکانی از زمین کشاورزی، کارگاه یا سوله.

واژه‌های کلیدی: استارت‌آپ کشاورزی، پارک علم و فناوری، پدیدارشناسی

مقدمه

کارآفرینی[۱] معمولا یک فرآیند دارد. در متون دانشگاهی و قدیمی، فرآیند کارآفرینی فرآیندی است که با تشخیص فرصت توسط کارآفرین شروع می‌شود و سپس کارآفرین به ایده‌پردازی حول محور فرصت می‌پردازد و یک سری ایده را بررسی می‌کند. یک یا چند تا از این ایده‌ها را انتخاب می‌کند و به نوآوری[۲] در زمینه این ایده‌ها می‌پردازد، بعد یک طرح کسب و کار پیرامون آن می‌نویسد و به دنبال تأمین مالی و نمونه‌سازی اولیه می‌رود. در نهایت سرمایه مالی بزرگ‌تری تأمین می‌کند و نمونه را در مقیاس انبوه می‌سازد و کسب‌و کاری پایدار راه‌اندازی می‌کند و باید همیشه دغدغه این را داشته باشد که کسب‌وکارش را حفظ کند و سعی کند در مسیر رشد قرار بگیرد. به نوعی این فرآیند به دو بخش کلی تقسیم می‌شود: بخش اول تشخیص فرصت درست و طراحی ارزش حول آن و اطمینان از استقبال محصول است و بخش دوم طراحی یک کسب و کار، توسعه و حفظ آن (۲). استارت‌آپ‌ها مقدمه‌ای برای راه‌اندازی یک فعالیت کارآفرینانه می‌باشند. حالا استارت آپ[۳] چیست و کجای این فرآیند قرار دارد؟

برای درک مفهوم استارت‌آپ بهتر است ابتدا درک شود استارت‌آپ شامل چه تعاریفی نمی‌شود. استارت‌آپ یک رویداد و همایش کارآفرینی نیست، یک وب سایت یا یک نرم‌افزار موبایل، لزوما" یک استارت‌آپ نیست، استارت‌آپ یک شرکت کوچک که در حال درآمدزایی و رشد است، نیست (۱). استارت‌آپ‌ها به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، به عنوان موتور نوآوری به حساب می‌آیند (۲۴). کسب و کارهای کوچک و نوپا (استارت‌آپ‌ها) اغلب به عنوان منبع تخریب خلاق[۴] در نظر گرفته می‌شوند. زیرا آن‌ها محصولات جدیدی را معرفی می‌کنند که باعث سرنگونی و اختلال موقعیت شرکت‌های فعلی می‌شود (۲۲).

تعاریف متعددی برای مفهوم استارت‌آپ‌ها بیان شده است. از جمله تعریف استیو بلنک[۵]، که آن را "نقشه راهی برای نوآوری در قرن ۲۱ و کمک به خلق انقلاب صنعتی بعدی" معرفی می‌کند و هم‌چنین تعریف جنوفری مور، که بیان می‌کند:" استارت‌آپ‌ها آشفته بازار بین گذشته و آینده، جایی که هیچ چیز آن‌گونه که در نظر داشتیم، پیش نمی‌رود، هستند". استیو بلنک، استارت‌آپ را چنین تعریف می‌کند: "شرکت یا سازمانی کوچک که با هدف تبدیل شدن به مدل کسب و کار قابل تکرار و قابل گسترش و مقیاس‌پذیر تشکیل شده است". اریک ریس نیز آن را: "نهادی انسانی که برای خلق محصول یا خدمتی نو در شرایط عدم قطعیت بسیار ساخته شده، می‌نامد". و پل‌گراهام[۶]: "استارت‌آپ را شرکتی می‌خواند که طراحی شده تا سریع رشد کند" (۷).

اریک ریز عقیده دارد که این تعریف، از اندازه شرکت، صنعت یا بخش اقتصادی شرکت چیزی نمی‌گوید. هر کسی

1- Entrepreneurship 2-Innovation 3- Start-Ups
4- Creative Destruction 5- Steve Blank 6- Pole Graham

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]

که در حال ایجاد یک محصول یا کسب و کار جدید در شرایط عدم قطعیت فراوان است، یک کارآفرین است، حتی اگر خودش نداند (۲).

استارت‌آپ‌های فراوانی با ایده‌ای که تصور می‌کردند مشتریان می‌خواهند، کار خود را آغاز کردند. این استارت‌آپ‌ها سپس ماه‌ها، گاهی سال‌ها وقت صرف کردند تا محصولشان را بی‌نقص کنند بدون این‌که حتی یک بار آن را به مشتریان آینده خود حتی در یک قالب ابتدایی نشان دهند. اغلب آن‌ها خود را از نظر مشتریانشان محروم می‌کنند. آن‌ها اغلب هرگز با مشتریانشان صحبت نمی‌کنند که آیا از نظر آنان محصول جذاب است یا خیر. زمانی که در نهایت مشتریان با بی‌اعتنایی خود نسبت به ایده نظرشان را می‌گویند متوجه می‌شوند که شکست خورده‌اند (۲). شناسایی و بررسی موانع ایجاد و رشد استارت‌آپ‌های کشاورزی می‌تواند در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های کلان برای ارتقاء فعالیت‌های کارآفرینانه کشاورزی در کشور کمک مؤثر و شایانی باشد. لذا، در این پژوهش سعی بر آن است تا این موانع را شناسایی شود.

در تحولات شتابان امروز جهان، نقش مزیت نسبی همه عامل‌های طبیعی، اقتصادی و استراتژیک جای خود را به میزان بهره‌مندی از علم و فن‌آوری داده است (۶). دولت‌ها برای تحقق بهره‌مندی از فن‌آوری در مسیر توسعه خود و دستیابی به پیشرفت‌های لازم باید زیرساخت‌های مورد نیاز را برای توسعه فن‌آوری و نوآوری مهیا کنند. یکی از زیرساخت‌هایی که دولت‌ها باید برای توسعه فن‌آوری روی آن سرمایه‌گذاری کنند، استارت‌آپ‌های موجود در شهرک‌های علمی و تحقیقاتی یا مراکز رشد است که با تأسیس آن‌ها پایه‌های توسعه فن‌آوری شکل می‌گیرد. در کشور ما نیز مسئولیت ایجاد و توسعه مراکز رشد بر عهده پارک‌های علم و فن‌آوری است که زیر نظر معاونت فن‌آوری وزارت علوم، تحقیقات و فن‌آوری کشور می‌باشد (۱۲).

از میان سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف اقتصادی، سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی از اهمیت و جایگاه خاصی برخوردار است. سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی علاوه بر این‌که موجب رشد تولید و اشتغال در این بخش می‌شود، با توجه به ارتباطات پسین و پیشین با سایر فعالیت‌های اقتصادی، به رشد تولید و اشتغال در سایر بخش‌ها نیز کمک می‌کند. در این راستا، باید گفت که سرمایه‌گذاری بخش خصوصی از متغیرهای مهم در توسعه بخش کشاورزی است (۲۴). بخش کشاورزی در مسیر گذار کشورها از مرحله توسعه‌نیافتگی، همواره نقش پیشرو را در اقتصاد ایفا کرده است، اما مشکلات تاریخی و ساختار اقتصاد کشاورزی در ایران موجب شده است این بخش نتواند در جایگاه اصلی خود در عرصه اقتصاد کشور نقش‌آفرینی کند (۱۴).

به باور بسیاری از اقتصاددانان وجود یک بخش کشاورزی پیشرو و نیرومند از ضروریات توسعه اقتصادی است. در هر شرایطی توسعه بخش کشاورزی پیش شرط توسعه اقتصادی کشور است و تا زمانی که موانع توسعه این بخش برطرف نشود سایر بخش‌ها نیز به شکوفایی، رشد و توسعه دست نخواهند یافت (۹). با توجه به اینکه الگوی کاهش دخالت مستقیم اقتصادی دولت در بخش‌های تولیدی و افزایش مشارکت بخش خصوصی در فعالیت‌های تولیدی و اقتصادی یک اصل مورد قبول به‌شمار می‌آید، کوشش در زمینه جلب و جذب سرمایه‌های خصوصی به بخش کشاورزی نقش مهمی در این امر ایفا می‌کند. فقدان مشارکت بخش خصوصی، تجاری کردن تولید در بخش کشاورزی و بیکاری زیاد دانش‌آموختگان رشته‌های کشاورزی از جمله مشکلات سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی در کشور می‌باشد (۲۳). در واقع فراهم‌سازی زمینه‌های لازم برای افزایش سرمایه‌گذاری در این بخش و بسترسازی مناسب برای جلب و جذب سرمایه‌های خصوصی به بخش کشاورزی، پیش شرط اغماض‌ناپذیر توسعه پایدار کشاورزی در ایران است (۱۵).

از جمله دلایل عدم سرمایه‌گذاری کافی در بخش کشاورزی می‌توان به پایین بودن نرخ بازدهی در بخش کشاورزی، کمبود اعتبارات ریالی و ارزی، عدم گسترش صنایع تبدیلی، فقدان نظام‌های حمایتی، فقدان نظام تشویقی و سودآوری بیشتر دیگر بخش‌ها به ویژه خدمات اشاره نمود (۸). تشکیل استارت‌آپ‌های کشاورزی در مراکز رشد و پارک‌های فناوری به‌عنوان یک راهکار عملی جهت غلبه براین مشکلات و حمایت از کارآفرینان و صاحبان اندیشه در بخش کشاورزی ارزیابی شده است (۱۶).

بنابراین استارت‌آپ‌های کشاورزی از نظر ایجاد شغل، توسعه نوآوری و بهره‌برداری از فرصت‌های جدید، نقش مهمی در موفقیت اقتصاد یک کشور دارند. از این‌رو گرایش به کارآفرینی در کشاورزی در سراسر دنیا گسترش یافته است. با وجود فعالیت‌های مراکز کارآفرینی دانشگاه‌ها و برنامه‌های ذیربط دیگر در چند سال اخیر، نرخ فعالیت‌های کارآفرینانه کشاورزی و تعداد استارت‌آپ‌های کشاورزی که در ایران ایجاد شده، از میزان متوسط جهانی کمتر است (۲۶). در تحقیقی واحدی و موسیون (۳۴)، نوسان سیاست‌های دولت در بازار کشاورزی (واردات، صادرات، قیمت‌گذاری و تنظیم بازار) و بوروکراسی‌های (قوانین دست و پاگیر) اداری جهت دریافت مجوز و پروانه کسب و کار و ضعف قوانین مالکیت فکری در کشور و عدم اعمال به موقع سیاست‌های تشویقی دولت از قبیل معافیت مالیاتی و جوایز صادراتی را تحت عنوان مشکلات سیاسی- زیرساختی جزو مشکلات کسب و کارهای کشاورزی مطرح نموده‌اند.

در کشورهای در حال توسعه (مثل کشور ما) که تجربه چندانی در این زمینه ندارند، ممکن است از مراکز رشد و پارک‌های فناوری برای جذب سرمایه‌گذاری خارجی، ایجاد شغل و هم‌چنین افزایش درآمد مالیاتی استفاده شود. سرمایه‌گذاران، شبکه‌های راهبردی، اجرای تحقیقات، انتقال فناوری و تجاری کردن فناوری، هر کدام سهمی از تحریک همه سرمایه‌داران به تسخیر ارزش و منفعت حاصل از تلاش‌های علمی ایفا می‌کنند (۱۰). توسعه چارچوب راهبردی، روش‌های تشریک مساعی جدید را توصیه می‌کند که تحت هدایت غیرمستقیم یک ساختار دولتی قرار گرفته است. تبدیل چارچوب نوآوری به طرح نوع شغلی تضمین شده و جوابگو، یکی از چند قدم اول است (۶). وجود مرکز رشد کشاورزی که

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]

وظیفه آن پرورش شرکت‌های کوچک و متوسط خصوصی (استارت‌آپ‌ها) در زمینه کشاورزی است، می‌تواند در رشد اقتصادی و به دنبال آن توسعه اقتصادی جامعه کمک شایانی نماید. این استارت‌آپ‌ها به مدت حداکثر سه سال تحت حمایت‌های مالی، قانونی، مشاوره‌ای و ... مرکز رشد بوده و پس از کسب تجربه و توانایی‌های لازم وارد بازار کار شده و به‌طور مستقل فعالیت می‌نمایند (۸).

واضح است که توسعه فناوری از هر نوع در بخش‌های مختلف از جمله بخش کشاورزی، امری تصادفی و خودبه‌خودی نیست، بلکه نیازمند دیدگاه جامع و آینده‌نگر هم در عرصه تحقیقاتی، برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری و هم در عرصه اجرایی می‌باشد. برای تحقق این امر یا می‌توان به ایجاد نهادها و مؤسسات ویژه مستقلی در موازات سایر هادهای مرتبط با فناوری یعنی از تولید تا اشاعه فناوری اقدام کرد و یا این‌که در داخل مؤسسات و نهادهای ذیربط بخش‌های ویژه‌ای را برای این موضوعات اختصاص داد (۹). با وجود فعالیت‌های مراکز کارآفرینی دانشگاه‌ها و برنامه‌های ذیربط دیگر در چند سال اخیر، نرخ فعالیت‌های کارآفرینانه کشاورزی و تعداد استارت‌آپ‌های کشاورزی که در ایران ایجاد شده، از میزان متوسط جهانی کمتر است (۱۸).

نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که بوروکراسی اداری به منزله مهم‌ترین موانع تجاری‌سازی دانش و ایده شناسایی شده‌اند و عواملی هم‌چون فرهنگ متفاوت فعالان صنعت و دانشگاه، قوانین ضعیف حفاظت از دارایی‌های فکری در سطح ملی، برای تجاری‌سازی دانش در رده‌های بعدی جای دارند (۱۹). صاحب‌نظران از مجموع عامل‌های امکان‌پذیر، عامل‌های کلی فرهنگی و اجتماعی، زیربنایی، مدیریتی و منابع انسانی را عامل‌های تأثیرگذار بر فعالیت در شهرک‌های علمی و تحقیقاتی و توسعه فناوری‌های نوین کشاورزی می‌دانند (۲۶). در مطالعه‌ای دیگر، چهارسوقی و همکاران (۱۱)، هزینه زیاد تأمین منابع تولیدی اعم از نیروی انسانی، مواد اولیه و دستگاه تولیدی (مانع اقتصادی)، دیوان سالاری حاکم بر ادارات دولتی و عدم مقررات مالکیت حقوق دارایی‌های فکری حاصل از تحقیقات مشترک با صنعت (مانع قانونی) را به عنوان موانع تجاری‌سازی دانش کشاورزی بیان کرده است.

یکی از ویژگی‌های مهم استارت‌آپ این است که شیوه جدیدی از کسب‌وکار که قبلا" تجربه نشده است را آغاز می‌کند. درواقع، فرق استارت‌آپ با یک کسب‌وکار نوپای عادی این است که تجربه قبلی ندارد و به همین دلیل ریسک‌های خاص خودش را دارد. متأسفانه به دلیل ویژگی‌های خاص استارت‌آپ‌ها، ۸۰ الی ۹۰ درصد استارت‌آپ‌ها با شکست مواجه می‌شوند (۸). این وضعیت سبب شده است تا سرمایه‌گذاران رغبت کمی برای مشارکت در آن‌ها داشته باشند. طبیعی است سرمایه‌گذاران تمایل دارند در جایی سرمایه خود را صرف کنند که ریسک کمی داشته باشد و پول آن‌ها در معرض خطر قرار نگیرد (نبود صندوق‌های سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر) (۸).

چیزی که در مورد کسب‌وکارهای استارت‌آپ اهمیت ویژه‌ای دارد، سرعت در ارائه کار است. هر لحظه ممکن است ایده‌ای که در ذهن یک گروه است، توسط گروهی دیگر به مرحله اجرا برسد. کسی که اقدام به راه‌اندازی استارت‌آپ می‌کند، یک مسئله دیگر را هم باید مدنظر قرار دهد. بسیاری از ایرادهای موجود در طرح اولیه در صورتی خودشان را نشان می‌دهند که به مرحله اجرا برسد. درنتیجه باید وسواس را کنار گذاشت و ایده به اجرا تبدیل شود. برای اجرایی شدن سریع کسب و کار نیاز به داشتن محیط کسب و کار مناسب است. در شرایطی که محیط کسب و کار در کشور مناسب نباشد امکان ایجاد سریع کسب و کار و به نتیجه رسیدن آن وجود ندارد. باید تمام عواملی که در ایجاد و شکل گیری کسب و کار دخیل هستند به نحوی کارا ایفای نقش کنند و بر سر راه ایجاد کسب و کار مانعی ایجاد نکنند. اما متأسفانه محیط کسب و کار در کشور شرایط مناسبی ندارد و همواره رتبه‌های بسیار پایینی در گزارش جهانی محیط کسب و کار کسب می‌کنیم (نامناسب بودن فضای کسب و کار) (۱۷). اما آن‌چه که در جریان شکل‌گیری و کمک به رشد و توسعه استارت‌آپ‌های کشاورزی اهمیت دارد، زیرساخت‌های علمی مانند مراکز تحقیقاتی غیردانشگاهی و شهرک‌های گلخانه‌ای، تخصص مراکزی مانند پارک‌ها و مراکز فناوری کشاورزی، سیاست‌های دولت در رابطه با توسعه بخش کشاورزی، بومی کردن فناوری، سطح زیر کشت محصولات کشاورزی، همه و همه از مسائل اساسی هستند که بی‌توجهی به هر کدام از آن‌ها شکل‌گیری و موفقیت استارت‌آپ های کشاورزی را تحت تأثیر خود قرار می‌دهند (۳).

در تحقیق دیگر موانع ایجاد و رشد استارت‌آپ‌ها، در دو مرحله بروز می‌نمایند: کشف و شناسایی بازار نیاز، دستیابی به سرمایه. موانع موجود در مرحله اول مربوط به حوزه‌های وام دانشجویی و افزایش تحقیق و توسعه هستند و موانع مرحله دوم مربوط به شناسایی بازار هدف، مشکل تجاری سازی تولیدات، کمبود مهندسی و استعداد کارآفرینی، انتشار تکنولوژی، هزینه‌های اجرای تکنولوژی جدید، کمبود فرصت‌های کسب و کار کوچک، عدم قطعیت ناشی از تغییر قوانین و توسعه هستند (۲۰). از جمله دلایل شکست استارتاپ ها در ایران، حجم بازار، ارزش سرمایه‌گذاری نسبت به ریسک، شرایط تحریم،رقابت بین‌المللی، کپی رایت، مسائل فرهنگی در مشارکت و مدیریت، پیروی از مد می باشد (۱۱). کیریهاتا[1] عوامل موفقیت در تجاری‌سازی ایده در ژاپن را بررسی و به سه مرحله تقسیم کرده است:

مرحله ۱، تحقیقات اساسی: فرآیند تجاری‌سازی دانش به فناوری‌هایی تبدیل می‌شود که توسط حقوق مالکیت معنوی حفاظت می‌شوند:

مرحله ۲، توسعه محصول: در این مرحله، تحقیقات توسعه می‌یابند و محصول اولیه به صورت نمونه تولید می‌شود.

مرحله ۳، تجاری‌سازی: در این مرحله محصول توسعه داده شده و با هدف کسب بازارهای جدید گسترش می‌یابد.

در مرحله اول، منابع انسانی مهم‌ترین عامل محسوب می‌شود

1- Kirihata

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]

و بعد از آن مسائل مالی و ساختن چشم‌انداز و مفهوم‌سازی تقاضا قرار دارند.کیریهاتا از عوامل مشتریان، شرکای تجاری، شرکت‌های فعال، شرکت‌های دولتی و رقبا به عنوان عوامل محیطی اشاره می‌کند (۲۱). حسینی و همکاران، در تحقیقی با عنوان عوامل تاثیرگذار در تجاری‌سازی ایده‌ها و فناوری در بخش کشاورزی ایران عوامل تاثیرگذار را در ۷ دسته به نام‌های عوامل زیربنایی، تولید، مدیریت، اقتصاد، تحقیق، اجتماعی/فرهنگی و فنی بیان می‌کنند. نتایج هم‌چنین این واقعیت مهم را نشان می‌دهد که نگرش‌های منفی مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان به طور مستقیم بر تجاری‌سازی ایده‌ها و فناوری‌ها در بخش کشاورزی اثر می‌گذارد (۱۸).

سوهن و مون، با ارائه یک مدل تجاری‌سازی موفق فناوری بیان می‌کنند که به منظور تجاری‌سازی موفق باید به چهار حوزه تأمین کننده فناوری، دریافت‌کننده فناوری، انتقال و عوامل محیطی توجه نمود. در مدل سوهن و مون عوامل محیطی به بازار و مقررات تقسیم شده است (۳۳). کاسیه و راهال در تحقیقی موانع محیطی برای فرآیند تجاری‌سازی ایده، ساختار مالیات و مشوق‌ها، زیرساختار، سرمایه و آموزش بیان شده است (۲۲).

بحرینی و زارچ مهم‌ترین مشکل کسب وکارهای جدید و ایده‌محور را نداشتن دانش کافی نسبت به بازار، نبود منابع مالی، سرمایه‌گذاری، نداشتن دانش و تجربه کافی مدیریتی و پاره وقت بودن فعالیت دست‌اندرکاران آن‌ها می‌دانند (۱۰). اندرو و همکاران، بیان می‌کنند که عوامل متعددی در خصوص بازار وجود دارد که فرآیند تجاری‌سازی یک ایده را تحت تأثیر قرار می‌دهد، اگر یک فناوری به طور محسوسی دارای هزینه پایین‌تری باشد، چه هزینه خود فناوری و چه هزینه عملیاتی آن، شانس بیشتری برای تجاری شدن دارد (۲۵).

بهبودی و همکاران، اشاره می‌کنند که دولت، به عنوان مهم‌ترین عامل تجاری‌سازی نتایج تحقیق، نیاز به توجه ویژه در این حوزه دارد. ایجاد سیستم نوآوری ملی و ایجاد بازار مناسب و ویژگی‌های ساختاری برای عملیاتی نمودن توسط دولت هستند که نیاز به تلاش زیادی دارند. دولت می‌تواند انگیزه اولیه برای تجاری‌سازی نتایج تحقیق به وسیله درخواست از مجری پروژه‌ها برای به کارگیری نتایج تحقیق در پروژه‌های مستمر را ایجاد کند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که دولت به جای توجه به نتایج تحقیق باید به تمام فرآیند تحقیق و تجاری سازی نتایج آن‌ها توجه کند. با این روش، تنها تقاضا برای نتایج تحقیق ایجاد نمی‌شود، ولی خریدار متقاضی (دولت) یک نقش مستقیم در توسعه خدمات و نتایج تحقیق که به طور کامل با نیازهای مشتری مطابقت دارد، را خواهد داشت .کاملا" مشهود است که نقش دولت به عنوان مهم‌ترین عامل تجاری‌سازی نتایج تحقیق و ایده‌ها، پشتیبانی از سفارش تحقیقات است. دولت باید برای توانمندی‌های بهره‌وری، برانگیختن تقاضاهای بخش‌های دیگر و ایجاد بازار در کل کشور مهیا شود (۹).

ولدان (۳۴)، بیان کرده که محدودیت و نبود قوانین بزرگترین خلاء در تجاری سازی فناوری های نوین کشاورزی است. وی از سنتی بودن نظام کشاورزی ایران نیز انتقاد کرد.

در تحقیقی که رضایی و همکاران در سال ۱۳۸۸ انجام داده‌اند، موانع هنگام راه‌اندازی و آغاز فعالیت استارت‌آپ‌ها را بدین صورت بیان و دسته‌بندی کرده‌اند (۲۹): موانع زیرساختی شامل: عدم حمایت از شکل‌گیری صندوق‌های خطرپذیر برای تأمین مالی استارت‌آپ‌های کشاورزی، فقدان یا کمبود ساختارهای حمایتی مانند مراکز رشد، خوشه‌های صنعتی، پارک‌های فناوری، قیمت بالا و کمبود تجهیزات و امکانات سخت‌افزاری مربوط به استارت‌آپ‌های کشاورزی و موانع سیاست‌گذاری شامل: عدم ثبات مدیریتی و توجه مستمر به برنامه‌های مرتبط با استارت‌آپ‌های بخش کشاورزی، ضعف در سیاست‌گذاری و هدایت برنامه‌های راهبردی مرتبط با اشاعه ایده‌های نوین در بخش کشاورزی، نبود دیدی کلان‌نگر و جامع به برنامه‌ها و سیاست‌های توسعه استارت‌آپ‌های کشاورزی و موانع قانونی شامل: نبود بسترهای قانونی و حقوقی مناسب مرتبط با استارت‌آپ‌های کشاورزی، کامل نبودن قوانین مربوط به نظام مالکیت فکری در حوزه استارت‌آپ‌ها و ضمانت اجرایی ضعیف برای آن. هدف از انجام این پژوهش پدیدارشناسی موانع ایجاد و راه‌اندازی استارت‌آپ‌های کشاورزی از دیدگاه مدیران استارت‌آپ‌های کشاورزی شهرستان کرمانشاه است که تحت حمایت پارک علم و فناوری مشغول به فعالیت می‌باشند.

مواد و روش‌ها

در این تحقیق کاربردی از روش پدیدارشناسی[1] توصیفی استفاده شد که جزء تحقیق‌های کیفی به‌شمار می‌رود. هدف پژوهش پدیدارشناسی، توضیح صریح و شناسایی پدیده‌ها است آن‌گونه که در موقعیتی خاص توسط افراد ادراک می‌شوند (۲۵). در واقع پدیدارشناسی به توصیف معانی یک مفهوم یا پدیده از دیدگاه عده ای از مردم و بر حسب تجارب زیسته آنان در آن مورد می‌پردازد. بنابراین، در پی فهم تجارب مشترک عده‌ای از مردم می‌باشد (۲۷). پدیدارشناسی توصیفی شامل بررسی، تحلیل و توصیف مستقیم یک پدیده حتی الامکان آزاد از پیش‌فرض‌های تأیید نشده است (۲۵). پدیدارشناسی توصیفی بر عمق تجربیات تأکید دارد و درک ما را از تجربیات زندگی افزایش می‌دهد. به اعتقاد اشپیگلبرگ پدیدارشناسی توصیفی شامل سه مرحله درک مستقیم، تحلیل کردن و توصیف کردن است (۱۳،۴).

استارت‌آپ‌های کشاورزی در ایران، معمولا" زیر نظر پارک‌های علم و فناوری و یا مراکز رشد فعالیت می‌کنند (در شهرستان کرمانشاه به دلیل عدم وجود مکانی مجزا برای مرکز رشد کشاورزی، تمامی این استارت‌آپ‌ها تحت حمایت پارک علم وفناوری شهرستان کرمانشاه فعالیت می‌کنند و به محض ایجاد یک مرکز رشد کشاورزی، این شرکت‌ها تحت حمایت آن قرار می‌گیرند. همانطور که قبلا هم ذکر شد، این شرکت‌ها در مرحله رشد و پیش رشد می‌باشند).

1- Phenomenology

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]

بدین منظور، جامعه مورد مطالعه پژوهش در سال ۱۳۹۵، استارت‌آپ‌های کشاورزی شهرستان کرمانشاه که تحت حمایت پارک علم و فناوری شهرستان کرمانشاه می‌باشند، در نظر گرفته شد که این استارت‌آپ‌ها، طبق تعریف استارت‌آپ‌ها معمولا" به مدت سه سال استارت‌آپ محسوب می‌شوند، همان شرکت‌هایی هستند که در مرحله پیش رشد و رشد قرار داشتند. لیست این شرکت‌ها از دفتر شرکت‌های ایده‌محور کشاورزی که این دفتر در پارک علم و فناوری کرمانشاه مستقر می‌باشد، دریافت گردید. تعداد استارت‌آپ‌های کشاورزی شهرستان کرمانشاه که در مرحله پیش رشد قرار دارند، ۴ شرکت و در مرحله رشد، ۱۱ شرکت می‌باشند (جدول ۱ و ۲) و تفاوتی در نتایج به دست آمده از مصاحبه این دو گروه وجود نداشت و هر دو گروه به موانع مشابهی اشاره نمودند.

جدول ۱- اسامی، شروع فعالیت و ایده‌محوری شرکت‌های ایده‌محور کشاورزی در مرحله رشد
Table 1. Names, Start Activity and the core idea of agriculture idea-driven companies in growth stage

نام واحد	تاریخ شروع فعالیت	ایده‌محوری
اقلیم سبز باختر	۹۲/۳	تولید زنبور هابروبراکون جهت کنترل لارو آفات پروانه‌ای در مزارع گوجه فرنگی و نخود دیم
پیشگامان بذر و نهال	۹۴/۳	ارائه خدمات آموزش، مشاوره، تحقیقات (به سفارش) و و تولید گیاهچه‌های عاری از ویروس حاصل از کشت بافت
علم و صنعت یکتای نصر	۹۴/۳	مرکز خدمات تخصصی آنالیز محصولات ارگانیک
نگاه تک مازیار	۹۴/۳	طراحی و ساخت رایزر پنهان شونده سیستم آبیاری کلاسیک ثابت
مزرعه قارچ سهیل	۹۴/۷	تولید، مشاوره، بسته‌بندی و توزیع قارچ دکمه‌ای، صدفی و دارویی
نشا کاشت زاگرس	۹۴/۳	آموزش و مشاوره و تولید بذور هیبرید و نشا گرافت سبزی و صیفی
کشت و صنعت تخت شیرین	۹۴/۳	تولید گل رز شاخه بریده به روش هیدروپونیک در گلخانه‌های هوشمند شیشه‌ای هلندی و مشاوره، آموزش و تحقیق به سفارش
کشت و توسعه گیاهان دارویی بیستون شفا	۹۴/۳	کشت گیاهان دارویی دیم (زیره سبز)
پرند ابرار کرمانشاه	۹۴/۳	پرورش مرغ گوشتی تمام اتوماتیک ۲۰ هزار قطعه‌ای بدون آنتی بیوتیک
مسیر رویش کارآفرین	۹۴/۷	آموزش بین‌المللی مهارت‌های پیشرفته (کارآفرینی، مدیریت، کسب و کار) محصولات گلخانه‌ای
کشت و صنعت سالم فرآور باختر	۹۴/۷	کشت و کار، فرآوری و تولید بذر گیاهی زراعی-دارویی یولاف

(منبع: یافته‌های تحقیق)

جدول ۲- اسامی، شروع فعالیت و ایده‌محوری شرکت‌های ایده‌محور کشاورزی در مرحله پیش رشد
Table 2. Names, Start Activity and The core idea of Agriculture idea-driven companies in Before Growth stage

نام واحد	تاریخ شروع فعالیت	ایده‌محوری
تولید علوفه سبز غنی شده به روش هیدروپونیک	۹۳/۳	تولید علوفه سبز غنی شده به روش هیدروپونیک
طراحی و ساخت ماشن جوجه‌کشی انواع ماکیان	۹۳/۱۰	طراحی و ساخت ماشن جوجه‌کشی انواع ماکیان
تولید و فرآوری بایوچار	۹۴/۳	تولید و فرآوری بایوچار
طراحی و ساخت دستگاه برداشت سیب زمینی با کاربرد بیشتر در زمین‌های خیس و مرطوب	۹۴/۷	طراحی و ساخت دستگاه برداشت سیب زمینی با کاربرد بیشتر در زمین‌های خیس و مرطوب

(منبع: یافته‌های تحقیق)

مطالعه نمونه‌ها تا زمانی که پژوهشگر به اشباع نظری برسد، ادامه خواهد یافت. به این ترتیب که هرگاه محقق به این نتیجه برسد که پاسخ‌های داده شده و یا مصاحبه‌های انجام شده با افراد مطلع به اندازه‌ای به همدیگر شباهت دارند که منجربه تکراری شدن پاسخ‌ها و یا مصاحبه‌ها شده و داده‌های جدیدی در آن‌ها وجود ندارد، تعداد مصاحبه‌ها را کافی دانسته و دست از مصاحبه می‌کشد (۱۸). در این پژوهش، نقطه اشباع داده‌ها توسط خود محقق کاملا ملموس بود. اولین نمونه به صورت کاملا تصادفی انتخاب شد و نمونه‌گیری تا جایی ادامه یافت که اطلاعات به‌دست آمده از نمونه‌های انتهایی دیگر نمی‌توانست اطلاعات جدیدی را به اطلاعات جمع‌آوری شده اضافه کند. به این ترتیب اطلاعات حاصل از جامعه مدیران استارت‌آپ‌های کشاورزی شهرستان کرمانشاه که ۱۵ شرکت بودند، طی انجام مصاحبه با ۱۱ نفر به اشباع رسید.

گردآوری داده‌ها به سه طریق انجام گرفت: مصاحبه، مشاهده و تحریر میدانی. سؤال پرسیده شده از مصاحبه‌شوندگان از این قرار بود: برای شروع و راه‌اندازی استارت‌آپ کشاورزی خود با چه موانعی روبرو شده‌اید؟ و در طی مصاحبه، برای درک عمیق موضوع سؤالات فرعی نیز مانند چرا، چگونه نیز پرسیده شد. زمان مصاحبه‌ها بین ۲۰ تا ۳۵ دقیقه متغیر بود. مصاحبه‌ها در دو نوبت (یک بار به منظور گردآوری اطلاعات و بار دوم مراجعه به ۱۱ نفر از مصاحبه‌شوندگان به منظور تأیید اطلاعات و پرسیدن نظر آنان درباره یافته‌های تحقیق) انجام شد. همان‌طور که ذکر شد هدف کلی تحقیق، تحلیل ایجاد و رشد استارت‌آپ‌های

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]

کشاورزی، موانع و راهکارها بود، لذا در طول فرآیند مصاحبه، همزمان با گردآوری داده‌ها و در حین مصاحبه و مشاهده، به یادداشت برداری در سطح وسیع و با جزئیات زیاد نیز پرداخته شد. این یادداشت‌ها در تحلیل داده‌های تحقیق به‌خوبی مورد استفاده قرار گرفت.

تحلیل داده‌ها در تحقیق پدیدارشناسی همچون تحقیقات کیفی، یک الگوی منظمی از تکرار جمع‌آوری و تحلیل هم‌زمان داده‌هاست. این الگو اغلب مراحلی از جمع‌آوری داده‌ها، تحلیل، جمع‌آوری داده‌ها، تحلیل و ... تا اشباع داده‌ها ادامه می‌یابد (۲۰). روش‌های مختلفی برای تحلیل اطلاعات در پدیدارشناسی (فنومونولوژی) مطرح است که اهم آن‌ها عبارت‌اند از: روش‌های مربوط به وان‌کام، جورجی، پارسی، دیکلمن و همکاران، کلایزی (۱۲). اگرچه روش‌های فوق تفاوت چندانی با هم ندارند، با این حال پژوهشگران بایستی روشی که با اهداف پروژه تحقیقاتی و نوع فلسفه انتخابی مناسب‌تر است، انتخاب کنند و طبق مراحل آن به تحلیل داده‌ها بپردازند (۷). اما معمولا کسانی‌که با روش پدیدارشناسی توصیفی، کار می‌کنند، از روش کلایزی استفاده می‌کنند (۱۲). روش کلایزی که از آن در این پژوهش استفاده شده است شامل هفت مرحله به شرح ذیل می‌باشد:

۱- پروتکل منفرد: بررسی توضیحات و گفته‌های ارائه شده توسط شرکت‌کنندگان در مطالعه

۲- استخراج جملات کلیدی: جملات یا عباراتی که مستقیما به پدیده مورد مطالعه مرتبط است.

۳- فرموله کردن معانی: پی بردن به مفاهیم و معانی خاص از جملات کلیدی

۴- خوشه‌بندی یا تم: معانی فرموله شده مرتبط به هم، متناسب با موضوعات

۵- توصیف جامع: تلفیق نتایج هر تم در قالب یک توصیف جامع

۶- بیانیه صریح و روشن از ساختار اساسی پدیده مورد مطالعه: فرموله کردن توصیف جامع پدیده

۷- اعتبارسنجی: اعتبارسنجی یافته‌ها با مراجعه به شرکت‌کنندگان یا متخصصان

در نهایت، جهت دسترسی به قابلیت اعتبار (اعتبارسنجی) از تکنیک کنترل اعضا استفاده گردید که این تکنیک بدین صورت است که تحلیل‌های داده‌ای و نتایج آن به پاسخگویان ارائه شد تا از واکنش‌های آنان در مرحله گزارش نوشته‌ها آگاهی حاصل آید. در این پژوهش نیز نتایج حاصل از یافته‌ها پس از پایان مصاحبه‌ها در اختیار مصاحبه‌شونگان قرار گرفت و تمامی این ۱۱ مضمون مورد تأیید آنان قرار گرفت. برای رسیدن به قابلیت انتقال (انتقال‌پذیری) نیز روش توسعه و توصیف غنی از مجموعه داده‌های مطالعه موردنظر در طول مرحله گردآوری داده‌ها صورت پذیرفت که این امر می‌تواند پتانسیل‌های قابلیت انتقال را افزایش دهد (۵).

نتایج و بحث

به‌منظور دستیابی به اهداف تحقیق، محقق سعی نمود با پرسیدن سؤال‌های چیست و چه هست؟، چطور و چرا؟ موانع ایجاد و راه‌اندازی استارت‌آپ‌های کشاورزی را استخراج نماید. بعد از گردآوری داده‌ها، تجزیه و تحلیل آن‌ها از طریق روش کلایزی انجام شد. برای این منظور، داده‌های گردآوری شده از طریق مصاحبه عمیق در میدان تحقیق، ثبت و ضبط گردید و در یک بانک اطلاعاتی جمع‌آوری و سازماندهی شد. محقق در این مرحله سعی کرد با مرور مکرر داده‌ها، به یک دید کلی نسبت به اطلاعات جمع‌آوری شده دست یابد. در مرحله بعدی، با استفاده از راهبرد جمله به جمله، عبارات مهم و مرتبط با موضوع پژوهش مشخص شدند. پس از حذف موارد تکراری و ادغام موارد مشابه ۷ طبقه یا مضمون اصلی و ۴ زیر مضمون شناسایی شد که مضامین اصلی عبارتند از: زمان‌بر و هزینه‌بر بودن پروسه اخذ مجوزهای لازم از مراجع ذیربط مانند جهاد کشاورزی و معاونت غذا و دارو، جذابیت پایین فعالیت در بخش کشاورزی برای جذب سرمایه، تفکر هزینه بالا و حاشیه سود پایین فعالیت‌های مرتبط با کشاورزی، سوء مدیریت کلان و فقدان تشخیص اولویت‌های بخش کشاورزی، هزینه بالای تأمین تجهیزات و ملزومات اولیه جهت راه‌اندازی استارت‌آپ کشاورزی، مشکل دسترسی به محل کار به دلیل فاصله مکانی از زمین کشاورزی، کارگاه یا سوله، عوامل اقلیمی غیر قابل پیش‌بینی مانند آب و هوا، بارندگی و رطوبت زیرمضمون‌های شناسایی شده نیز بدین شرح می‌باشند: احتمال بالای سرقت ایده به‌دلیل طولانی بودن روند اخذ پروانه ساخت در بخش کشاورزی، محدودیت اختصاص سوله برای استارت‌آپ‌های کشاورزی در پارک علم و فناوری، ناتوانی سیستم اطلاع‌رسانی دولت جهت خدمت‌رسانی به طرح‌های ایده محور کشاورزی، ضعف مدیریتی و عدم اتخاذ تصمیمات راهبردی برای پیشرفت در بخش کشاورزی. در جدول ۳ این مضامین نمایش داده شده است. در ادامه به توضیح هر کدام از این مفاهیم پرداخته می‌شود:

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]

جدول ۳- مضامین استخراج شده از مجموع فرآیند پدیدارشناسی موانع ایجاد و راه‌اندازی استارت‌آپ‌های کشاورزی
Table 3. Themes extracted from the total process of Phenomenology barriers to the creation and launch agricultural startups

کدهای اولیه (زیرمضمون‌ها)	مفاهیم (مضامین اصلی)	مقوله
احتمال بالای سرقت ایده به‌دلیل طولانی بودن روند اخذ پروانه ساخت در بخش کشاورزی	زمان‌بر و هزینه‌بر بودن پروسه اخذ مجوزهای لازم از مراجع زیربط مانند جهاد کشاورزی، معاونت غذا و دارو و ...	موانع شروع و راه‌اندازی استارت‌آپ‌های کشاورزی
محدودیت اختصاص سوله برای استارت‌آپ‌های کشاورزی در پارک علم و فناوری	هزینه بالای تأمین تجهیزات و ملزومات اولیه جهت راه‌اندازی استارت‌آپ کشاورزی	
ناتوانی سیستم اطلاع‌رسانی دولت جهت خدمت‌رسانی به طرح‌های ایده محور کشاورزی	سوء مدیریت کلان و فقدان تشخیص اولویت‌های بخش کشاورزی	
ضعف مدیریتی و عدم اتخاذ تصمیمات راهبردی برای پیشرفت در بخش کشاورزی		
-	تفکر هزینه بالا و حاشیه سود پایین فعالیت‌های مرتبط با کشاورزی	
-	جذابیت پایین فعالیت در بخش کشاورزی برای جذب سرمایه	
-	مشکل دسترسی به محل کار به دلیل فاصله مکانی از زمین کشاورزی، کارگاه یا سوله	
-	عوامل اقلیمی غیر قابل پیش‌بینی مانند آب و هوا، بارندگی، رطوبت و ...	

(منبع: یافته‌های تحقیق)

۱- زمان‌بر و هزینه‌بر بودن پروسه اخذ مجوزهای لازم از مراجع زیربط مانند جهاد کشاورزی، معاونت غذا و دارو و اداره استاندارد

زمان‌بر و هزینه‌بر بودن پروسه اخذ مجوزهای لازم از مراجع زیربط مانند جهاد کشاورزی، معاونت غذا و دارو و اداره استاندارد، یکی از مطالبی بود که در اظهارات تمامی شرکت‌کنندگان دیده می‌شد. آنان اظهار داشتند که تأکید زیاد بر اخذ پروانه ساخت، قبل از اطمینان یافتن از پذیرش محصول جدید در بازار، به عنوان یکی از مهم‌ترین موانعی است که مدیران و صاحبان ایده استارت‌آپ‌های کشاورزی هنگام راه‌اندازی فعالیت خود با آن مواجه‌اند. به‌طور مثال، یکی از شرکت‌کنندگان اظهار داشت: "با توجه به این‌که بخش کشاورزی، یک بخش تأثیرگذار در توسعه اقتصادی کشور می‌باشد و فعالیت‌های ما در راستای اجرای اقتصاد مقاومتی است، باید مسئولین و دستگاه‌های مربوطه، فعالان حوزه کشاورزی رو به فناوری‌های نوین در این بخش تشویق کنند ولی مشاهده می‌شود که بوروکراسی پیچیده برای اخذ مجوزهای لازم، انگیزه کار کردن در این بخش رو پایین می‌آورد".

شرکت‌کننده‌ای دیگر چنین بیان داشت: "ما باید برای راه‌اندازی واحد ایده‌محور خود، از چند اداره و سازمان مختلف تأییدیه و مجوز می‌گرفتیم و پروسه بسیار طولانی و سختی در رابطه با تنظیم آیین‌نامه‌ها و نظام‌نامه‌ها و استقرار ایزوهای مربوطه داشتیم و این خودش باعث توقف کار می‌شد. از طرف دیگر، این احتمال وجود داشت که بعد از این‌همه دوندگی، محصول ما شکست بخورد و تقاضا برایش نباشد. چون قبل از اخذ مجوز به ما امکان آزمودن بازار را نداده بودند".

۱-۱ احتمال بالای سرقت ایده به‌دلیل طولانی بودن روند اخذ پروانه ساخت در بخش کشاورزی

یکی از زیرمضمون‌های مضمون اصلی زمان‌بر و هزینه‌بر بودن پروسه اخذ مجوزهای لازم از مراجع زیربط مانند جهاد کشاورزی، معاونت غذا و دارو و اداره استاندارد، زیرمضمون احتمال بالای سرقت ایده به‌دلیل طولانی بودن روند اخذ پروانه ساخت در بخش کشاورزی است. این مورد توسط شش تن از مدیران استارت‌آپ‌های کشاورزی مورد تأکید قرار گرفت که در ادامه به نمونه‌ای از اظهارات آنان پرداخته می‌شود: "در طول روند اخذ مجوزهای لازم، از نهادهای مختلف ذیربط که اغلب چند ماه طول می‌کشد، احتمالش خیلی زیاد است که ایده‌ی فردی که در حوزه کشاورزی می‌خواهد دست به فعالیت بزند، توسط فرد دیگری سرقت شود. ما مشاهده می‌کنیم که بخش‌های دیگر مانند صنعت مثل بخش کشاورزی نیستند. یعنی شرکتی که در حوزه صنعت مثل مکانیک و کامپیوتر میخواهد ایده‌اش را عملی کند، نیازی ندارد قبل از مطمئن شدن از بازار، همه‌ی مجوزها را بگیرد و بعد از مطمئن شدن از بازارش اقدام به اخذ مجوزها می‌کند. ولی شرکتی که در حوزه کشاورزی می‌خواهد ایده‌اش را عملی کند، باید اول همه مجوزهایش را بگیرد سپس اجازه تولید و شروع دارد. در این مدت خیلی ممکن است که ایده فرد دزدیده شود".

در مورد همین مضمون شرکت‌کننده دیگری اظهار کرد که: "شما فرض کنید شرکت من بخواهد یه نوشیدنی پروبیوتیک در بازار تولید کند. اگر بخواهم با کارخانه‌ای قرارداد ببندم، قبل از این‌که پروانه ساخت گرفته باشم، بر اساس قوانین سازمان غذا و دارو، پروانه ساخت را به نام آن کارخانه میدهند. خب در این میان من که صاحب ایده بودم کلاه سرم میرود و به راحتی حق من از بین رفته و فرمول من برداشته می‌شود. پس مشاهده می‌کنیم در این قسمت هم کار قفل شده است".

۲- هزینه بالای تأمین تجهیزات و ملزومات اولیه جهت راه‌اندازی استارت‌آپ کشاورزی

این مضمون با عنوان هزینه بالای تأمین تجهیزات و ملزومات اولیه جهت راه‌اندازی استارت‌آپ کشاورزی استخراج شد. چهار نفر از مصاحبه‌شوندگان در این مورد اظهارات مشابهی داشتند که به ذکر گفته‌های یکی از آنان پرداخته می‌شود: "ما چون آزمایشگاه داریم، تجهیزاتی که باید برای آزمایشگاه تهیه شوند، قیمت بالایی دارند. نمایشگاه‌هایی هم

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]

که برای خرید تجهیزات وجود دارند، کافی نیستند و ما اکثرا" مجبور هستیم تجهیزات را از بازار و با قیمت بالا خریداری کنیم".

۲-۱ محدودیت اختصاص سوله برای استارت‌آپ‌های کشاورزی در پارک علم و فناوری

مضمون محدودیت اختصاص سوله برای استارت‌آپ‌های کشاورزی در پارک علم و فناوری، زیرمضمون هزینه بالای تأمین تجهیزات و ملزومات اولیه جهت راه‌اندازی استارت‌آپ کشاورزی است که جهت فهم این مضمون، اظهارات یکی از مصاحبه‌شوندگان در این باره بیان می‌شود:

"پارک علم و فناوری برای رشته‌هایی مثل کامپیوتر، برق، مکانیک که می‌توانند درون یک اتاق کوچک هم چیپ و ترانزیستور و یا قطعه الکترونیکی یا نرم‌افزارشان را بسازند و بفروشند مکان در نظر گرفته ولی مدیران استارت‌آپ‌های کشاورزی باید بالای سر کارگرهایشان درون سوله باشند که متأسفانه پارک علم و فناوری در اهدای سوله محدودیت دارد و ما مجبوریم خودمان از همین ابتدا سوله تهیه کنیم".

۳- سوء مدیریت کلان و فقدان تشخیص اولویت‌های بخش کشاورزی

یکی از مضامینی که شرکت‌کنندگان در مورد آن به بیان نظرات و سخنان خویش پرداختند، سوء مدیریت کلان و فقدان تشخیص اولویت‌های بخش کشاورزی بود. اکثر شرکت‌کنندگان این مورد را با تأکید عنوان می‌نمودند. برای مثال یکی از شرکت‌کنندگان چنین اظهار داشت: "به نظرم بیشتر موانع برای شروع یک استارت‌آپ کشاورزی در بخش مدیریت است. در واقع منظورم مدیریت کلان استان هست. چون استان ما یک استان کشاورزی است و باید بیشتر پتانسیل و وقتش را در بخش کشاورزی بگذارد. در حالی‌که به نظر من اینطور نیست و در واقع این نکته عملی نمی‌شود".

۳-۱ ناتوانی سیستم اطلاع‌رسانی دولت جهت خدمت‌رسانی به طرح‌های ایده‌محور کشاورزی

زیرمضمونی که در ارتباط با مضمون اصلی سوء مدیریت کلان و فقدان تشخیص اولویت‌های بخش کشاورزی مطرح شد، ضعیف بودن سیستم اطلاع‌رسانی دولت جهت یاری رساندن به طرح‌های ایده‌محور کشاورزی بود. این زیرمضمون توسط دو نفر از مصاحبه‌شوندگان عنوان شد که در همین زمینه یکی از مصاحبه‌شوندگان بیان کرد:

"با توجه به این‌که در کشاورزی، هزینه و مخارج اولیه چه از نظر تجهیزات و چه از نظر نظارت و کنترل (بازرسان و ناظران) بسیار بالا است، ولی مرکز خصوصی به‌طور مشخص جهت راهنمایی، کمک و مشاوره به استارت‌آپ‌های کشاورزی وجود ندارد که از وضع موجود بازار کسب و کارهای نوین کشاورزی و روش بهتر سودآوری ما رو مطلع کند. در سازمان‌های دولتی مربوطه هم، کمتر پیش می‌آید که فردی که مسئول جوابگویی به اینگونه سؤالات باشد، خودش در این زمینه تجربه‌ای داشته باشد و مجری این‌گونه طرح‌ها باشد که بتواند به ما کمک نماید".

۳-۲ ضعف مدیریتی و عدم اتخاذ تصمیمات راهبردی برای پیشرفت در بخش کشاورزی

زیرمضمون دیگری که در ارتباط با مضمون سوءمدیریت کلان و فقدان تشخیص اولویت‌های بخش کشاورزی در طی مصاحبه با مدیران استارت‌آپ‌های کشاورزی به دست آمد، ضعف مدیریتی و عدم اتخاذ تصمیمات راهبردی برای پیشرفت در بخش کشاورزی بود که توسط شش نفر از شرکت‌کنندگان به آن اشاره شد. برای فهم بهتر این زیرمضمون، گفته‌های یکی از مصاحبه‌شوندگان بیان می‌شود: "در بخش کشاورزی ما شاهد رکود هستیم و برای این‌که این مشکل و اثرات جانبی آن حل شود و یک استارت‌آپ کشاورزی انگیزه کار و فعالیت داشته باشد، مدیران نهادهای دولتی مرتبط بایستی طی برگزاری جلسات و هم‌اندیشی‌هایی، ریشه این مشکلات را شناسایی کرده و راه‌حل‌های خود را ارائه دهند که متأسفانه شاهد بی‌توجهی‌ها و بی‌برنامگی‌ها و عدم یک برنامه جامع و آینده‌نگر برای پیشرفت در بخش کشاورزی هستیم".

٤- تفکر مدیران استارت‌آپ‌های کشاورزی درباره هزینه بالا و حاشیه سود پایین فعالیت‌های مرتبط با کشاورزی

یکی از مضامینی که در جریان فرآیند مصاحبه از اظهارات شرکت‌کنندگان برداشت شد، تفکر هزینه بالا و حاشیه سود پایین فعالیت‌های مرتبط با کشاورزی بود. به این صورت که اکثر مصاحبه‌شوندگان اعتقاد داشتند که بازار محصولات کشاورزی در ایران در مرحله رکود است و به همین دلیل انگیزه برای ورود و انجام فعالیت‌های ایده‌محور در این حوزه بسیار کم است. در همین زمینه اظهارات یکی از مصاحبه‌شوندگان بدین شرح می‌باشد: "کارهای کشاورزی کم سود هستند و حاشیه سود پایینی دارند و خیلی از مواقع پرهزینه هستند. حتی برای تأمین مواد اولیه و تجهیزات باید طبق قانون عمل کنیم. یعنی فقط اجازه داریم مواد اولیه رو از کارخانه‌های تولیدکننده ماده اولیه که دولت تعیین کرده تهیه کنیم و نه جاهای دیگر. به خاطر همین آن کارخانه قیمت را بالا می‌برد و از طرف دیگر باید در ابتدای راه محصول را با قیمت پایین فروخت تا حداقل، ارزش امتحان کردن را برای کشاورزان داشته باشد. پس سود خیلی پایین می‌آید و همین باعث می‌شود افراد خیلی دنبال ایده‌های جدید و فعالیت در حوزه کشاورزی نباشند".

۵- جذابیت پایین فعالیت در بخش کشاورزی برای جذب سرمایه

یکی دیگر از مضامین اصلی که در مصاحبه با اکثر شرکت‌کنندگان به‌دست آمد، جذابیت پایین فعالیت در بخش کشاورزی برای جذب سرمایه بود. در مورد این مضمون یکی از مصاحبه‌شوندگان اظهار نمود: "یکی از مشکلات ما جذب منابع است. به‌خاطر این‌که جذابیت بخش کشاورزی نسبت به سایر بخش‌ها برای سرمایه‌گذار کمتر است، چه سرمایه‌گذار بانک باشد و چه بخش خصوصی. این مشکل را بانک

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]

کشاورزی تا حدی حل کرده ولی کافی نیست. ما باید از منابع مختلف تأمین مالی شویم".

در مورد همین مضمون فرد دیگری از شرکت‌کنندگان عنوان نمود: "فعالیت‌های ایده‌محور کشاورزی چون ریسک بالایی دارند و ممکن است کشاورزان تمایل به استفاده از روش‌های سنتی داشته باشند و از طرف دیگه هم دولت و هم بخش خصوصی روی بخش‌هایی سرمایه‌گذاری می‌کنند که مشتری شهری داشته باشد، خیلی این بخش مورد ظلم قرار گرفته است. دولت و بخش خصوصی تمایل به سرمایه‌گذاری در بقیه بخش‌ها دارند و به پتانسیل بالقوه‌ای که در بخش کشاورزی هست، توجه ندارند".

٦- عوامل اقلیمی غیرقابل پیش‌بینی مانند آب و هوا، بارندگی و رطوبت

یکی از مضمون‌های به دست آمده که یک مانع برای شروع برخی استارت‌آپ‌های کشاورزی به حساب می‌آید، عوامل اقلیمی غیر قابل پیش‌بینی می‌باشد. درباره این مضمون یکی از شرکت‌کنندگان چنین اظهار داشت:

"یکی از حساسیت‌هایی که بخش کشاورزی نسبت به صنعت دارد، این است که بعضی فعالیت‌های کشاورزی که آزمایشگاهی نباشند، مثل کار ما که به کشاورزی دیم مربوط می‌شود، خیلی به شرایط آب و هوایی وابسته است و برای شروع کار باید شرایط از نظر اقلیمی مناسب باشد. در غیراینصورت، همین شرایط آب و هوایی مانع بزرگی برای آزمودن اولیه محصول به حساب می‌آید. مشکل دیگری که ما از نظر آب و هوایی داریم، این است که چون استارت‌آپ‌ها جوری هستند که ۱ یا ۲ سال باید به‌طور آزمایشی تولید داشته باشند، در بعضی فصل‌ها، ما نمی‌توانیم تولید داشته باشیم و مجبوریم کار را موقتا تعطیل کنیم".

۷- مشکل دسترسی به محل کار به دلیل فاصله مکانی از زمین کشاورزی، کارگاه یا سوله

یکی از مهم‌ترین موانعی که اغلب مدیران استارت‌آپ‌های کشاورزی با آن مواجه هستند، دور بودن از محل کار (اغلب به‌صورت سوله، کارگاه و یا زمین کشاورزی) می‌باشد. این مضمون مورد تأیید نه نفر از مدیران بود. در ادامه اظهارات یک نفر از این مصاحبه‌شوندگان را بیان می‌کنیم: "عموما کارهای کشاورزی خارج از شهر هستند و ما باید کلی مسافت رو طی کنیم و رسیدگی به کارگاه و زمین برای ما سخت است. چون ابتدای کار هستیم، باید به‌طور مدام به کارگاه یا زمینمان رسیدگی کنیم. اینجا ما با یه موجود زنده سروکار داریم و خیلی بیشتر از بقیه استارت‌آپ‌ها رسیدگی لازم دارد. در حالی‌که استارت‌آپ‌های رشته‌های دیگر این مشکل را ندارند و کسانی‌که مشغول فعالیت در حوزه کشاورزی هستند، با مشکل مسافت دست و پنجه نرم می‌کنند".

یکی از مضامینی که در این پژوهش در رابطه با موانع ایجاد و راه‌اندازی استارت‌آپ‌های کشاورزی به دست آمد، زمان‌بر و هزینه‌بر بودن مراحل اخذ مجوزهای لازم از مراجع ذیربط مانند جهاد کشاورزی و معاونت غذا و دارو بود. این مفهوم با نتایج تحقیقات پورعزت و همکاران (۲۷)، چاره‌خواه و همکاران (۱۲)، رضایی و همکاران (۲۹)، اندرو و همکاران (۵)، بحرینی زارچ (۱۰)، ولدان (۳۵)، چهارسوقی و همکاران (۱۱)، واحدی و موسویون (۳۴) همخوانی دارد. نتایج تحقیق پورعزت و همکاران (۲۷) بدین شرح می‌باشد که بوروکراسی اداری و فقدان یا کمبود ساختارهای حمایتی مانند مراکز رشد، خوشه‌های صنعتی، پارک‌های فناوری به منزله مهم‌ترین موانع تجاری‌سازی دانش و ایده شناسایی شده‌اند و عواملی هم‌چون فرهنگ متفاوت فعالان صنعت و دانشگاه، قوانین ضعیف حفاظت از دارایی‌های فکری در سطح ملی، برای تجاری‌سازی دانش در رده‌های بعدی جای دارند.

هزینه بالای تأمین تجهیزات و ملزومات اولیه جهت راه‌اندازی استارت‌آپ کشاورزی مضمون دیگری بود که در این پژوهش به دست آمد. این مضمون با نتایج تحقیقات اندرو و همکاران (۵)، چهارسوقی و همکاران (۱۱) و رضایی و همکاران (۲۹) مطابقت دارد. رضایی و همکاران به این نتیجه رسیدند که قیمت بالا و کمبود تجهیزات و امکانات سخت‌افزاری مربوط به استارت‌آپ‌های کشاورزی از جله موانع ایجاد و راه‌اندازی این استارت‌آپ‌ها می‌باشد.

از جمله موانع شروع و راه‌اندازی استارت‌آپ‌های کشاورزی که از نتایج مصاحبه‌ها در این پژوهش استخراج شد، مضمونی با عنوان سوءمدیریت کلان و فقدان تشخیص اولویت‌های بخش کشاورزی بود که با اظهارات فولهابر (۱۴)، کریهاتا (۲۳)، واحدی و موسویون (۳۴) و رضایی و همکاران (۲۹) همسو می‌باشد. برای مثال تحقیق رضایی و همکاران بیان می‌دارد که عدم ثبات مدیریتی و توجه مستمر به برنامه‌های مرتبط با استارت‌آپ‌های بخش کشاورزی، ضعف در سیاست‌گذاری و هدایت برنامه‌های راهبردی مرتبط با اشاعه ایده‌های نوین در بخش کشاورزی، نبود دیدی کلان‌نگر و جامع به برنامه‌ها و سیاست‌های توسعه استارت‌آپ‌های کشاورزی، نبود بسترهای قانونی و حقوقی مناسب مرتبط با استارت‌آپ‌های کشاورزی از جمله این موانع هستند که همه این موارد تأییدکننده مضمون تحقیق می‌باشند.

تفکر هزینه بالا و حاشیه سود پایین فعالیت‌های مرتبط با کشاورزی از جمله مضامینی بود که شرکت‌کنندگان در تحقیق به آن اشاره نمودند. نتایج این جنبه از پژوهش حاضر با یافته‌های کرمی (۲۱) و حسینی و همکاران (۲۰) همخوانی دارد. نتایج مطالعات آنان نشان داد با وجود فعالیت‌های مراکز کارآفرینی دانشگاه‌ها و برنامه‌های ذیربط دیگر، در چند سال اخیر، نرخ فعالیت‌های کارآفرینانه کشاورزی و تعداد استارت‌آپ‌های کشاورزی که در ایران ایجاد شده، از میزان متوسط جهانی کمتر است. از جمله دلایل عدم سرمایه‌گذاری کافی در بخش کشاورزی می‌توان به پایین بودن نرخ بازدهی در بخش کشاورزی، کمبود اعتبارات ریالی و ارزی، عدم گسترش صنایع تبدیلی، اشاره نمود.

نتایج تحقیقات سمائی (۳۱)، حجتی (۱۹)، کرمی (۲۱)، رضایی و همکاران (۲۹)، ماهنامه دیده‌بان فناوری (۲۴)، این بود که یکی از ویژگی‌های مهم استارت‌آپ این است که شیوه جدیدی از کسب‌وکار که قبلا تجربه نشده است را آغاز

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]

می‌کند. در واقع، فرق استارت‌آپ با یک کسب و کار نوپای عادی این است که تجربه قبلی ندارد و به همین دلیل ریسک‌های خاص خودش را دارد. متأسفانه به دلیل ویژگی‌های خاص استارت‌آپ‌ها، ۸۰ الی ۹۰ درصد استارت‌آپ‌ها با شکست مواجه می‌شوند. این وضعیت سبب شده است تا سرمایه‌گذاران رغبت کمی برای مشارکت در آن‌ها داشته باشند. طبیعی است سرمایه‌گذاران تمایل دارند در جایی سرمایه خود را صرف کنند که ریسک کمی داشته باشد و پول آن‌ها در معرض خطر قرار نگیرد. هم‌چنین در بخش کشاورزی نیز شاهد عدم حمایت از شکل‌گیری صندوق‌های خطرپذیر برای تأمین مالی استارت‌آپ‌های کشاورزی می‌باشیم. این نظرات با اظهارات شرکت‌کنندگان در جریان مصاحبه مبنی بر جذابیت پایین فعالیت در بخش کشاورزی برای جذب سرمایه مطابقت دارد.

با توجه به نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر، پیشنهادهایی به شرح ذیل بیان می‌گردد:

در حال حاضر، در پارک علم و فناوری شهرستان کرمانشاه، تعدادی اتاق و واحد وجود دارد که برای استارت‌آپ‌های رشته‌های کامپیوتر و نرم‌افزار به‌کار برده می‌شود و تنها تعداد محدودی سوله در خارج از شهر برای استارت‌آپ‌های کشاورزی قرار داده شده که نیاز است تعداد این سوله‌ها بیش‌تر شده و ظرفیت پارک علم و فناوری برای حمایت بیش‌تر از استارت‌آپ‌های کشاورزی افزایش یابد.

به دلیل هزینه بالای ماشین‌آلات و تجهیزات مورد نیاز برای راه‌اندازی یک استارت‌آپ کشاورزی، برگزاری نمایشگاه‌هایی که در آن این تجهیزات با قیمت پایین‌تر در اختیار افراد صاحب ایده بخش کشاورزی قرار داده شود، ضروری به‌نظر می‌رسد.

به دلیل وجود مشقت‌هایی نظیر فاصله مکانی از سوله یا زمین کشاورزی و هم‌چنین عوامل اقلیمی غیرقابل پیش‌بینی، جهت ایجاد انگیزه در مدیران این استارت‌آپ‌ها برای شروع فعالیت، می‌توان از طریق وضع قوانین مشوق مانند معافیت مالیاتی، دادن یارانه بابت نهاده‌های کشاورزی مورد نیاز این استارت‌آپ‌ها و یا کمک‌های مالی و کاهش عوارض گمرکی جهت خرید تجهیزات گران قیمت آزمایشگاهی، مزایایی را برای آنان در نظر گرفت.

از آنجایی‌که حمایت مراکز رشد بیشتر شامل جنبه مدیریتی و فنی می‌شود، گسترش شتاب‌دهنده‌ها در این عرصه برای حمایت مالی این استارت‌آپ‌ها امری تأثیرگذار در راستای تأمین مالی استارت‌آپ‌های کشاورزی و گذر از مانع جذب پایین سرمایه در بخش کشاورزی می‌باشد.

منابع

1. Alipour Sakhavi, M. 2014. What start-ups, A Week Dedicated Startups, 1: 11-19 (In Persian).
2. Alipour Sakhavi, M. 2015. The Relationship between Entrepreneurship and Startup, a Week Dedicated Startups, 1: 23-40 (In Persian).
3. Aghaei, M. 2003. Science Parks, Buildings and Regional Development. Proceedings of Technology Parks, Library Jobs, 3: 66-76 (In Persian).
4. Adib Haj Bagheri, M., S. Parvizi and M. Salsali. 2000. Qualitative Research Methods, Second Edition, Tehran, Boshra Publications Issued in Cooperation with Tohfeh, 290 pp (In Persian).
5. Andreas, M.R. 2003. Validity and reliability tests in case study research: a literature review with “hands-on applications for each research phase. Qualitative Market Research: An International Journal, Griffith University and Nathan, Australia, 2: 75-86.
6. Anonymous, Alberta. 2003. Agriculture Research and Innovation Strategic Framework, 36 pp.
7. Blank, S. and B. Dorf. 2012. The Startup Owner's Manual, K&S Ranch (publishers), ISBN 978-0984999309, 12 pp.
8. Burns, N. and K.C. Grove. 2001 and 2007. Understanding Nursing Research, 4th edition, Philadelphia, W.B. Saunders, 324 pp.
9. Behboudi, M., N. Jalili and M. Mousakhani. 2011. Examine the Commercialization Research Outcomes in Iran A Structural Equation Model, International Journal of Business and Management, 7: 261-275 (In Persian).
10. Bahreini Zarch, M. and M. Shadnameh.1997. Technology commercialization and how to produce a wealth of research and development. First Edition. Publications reflection. 179 pp (In Persian).
11. Chahar Soghi Amin, H., R. Molaei, A. Noroozi and A. Kake. 2015. Factor analysis of barriers to commercialization of agricultural Science from the views of students of the Ilam Islamic Azad University, Journal of Entrepreneurial strategies in agriculture, 3: 19-26 (In Persian).
12. Chareh khah, C., M. Fartousi and M. Malayeri. 2014. Investment in Business Start-ups, Office of Studies and Planning- Department of Strategic Studies- The second report, 209 pp.
13. Decter, M., D. Bennett and M. Leseure. 2007. University to business technology transfer-UK and USA comparisons, Technovation, 27: 145-155.
14. Faulhaber, G.R. 2000. Emerging technologies and public policy, in Wharton on managing emerging technologies, ed. G.S. Day, P.J.H. Schoemaker and R.E. Gunther, John Wiley & Sons, Inc., New York, 12: 43-65.
15. https://www.linkedin.com:www.startupmzansi.org. 2014. The importance of startup companies for economic development, 235 pp.
16. Holloway, I. and S. Wheeler. 2010. Qualitative research in nursing and healthcare. 3rd ed. Chichester, West Sussex, U.K. Ames, Iowa: Wiley-Blackwell, 17: 39-51.
17. Holloway, I. and S. Wheeler. 2002. Qualitative Research for Nurses, 2nd Edit. Oxford, BlackWell Science, pp: 623-647.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]

18. Hoseini, S. 2004. The Need to Reform the Agricultural Sector Development Pattern. Journal of Agricultural Economics and Development, 10: 46-59 (In Persian).
19. Hojati, M. 2001. Agricultural Development and Investment Security, Journal of Agricultural Economics and Development, 33: 6-14 (In Persian).
20. Hosseini, J. 2010. To determine the challenge in commercialization of nano in agriculture sector of Iran, Research Journal of Biotechnology science, 6: 448-451 (In Persian).
21. Karami, A. 2001. It is essential to strengthen the position of agriculture in the Fourth, New life Economic Newspapers, 32-38 pp (In Persian).
22. Kassicieh, S. and N. Rahal. 2007. A model for disruptive technology forcasting in strategyic regional economic development, Technological Forecasting& Social Change, 9: 1718-1732.
23. Kirihata, T. 2007. The commercialization process of intellectual property by new technology based firms in Japon, thekyoto economic review, 2: 241-249.
24. Monthly Watch Technology. 2014. Why are not successful startups in Iran, 12-20 pp.
25. Mohammad Pour, A. and M. Rezaei. 2008. Meaning and consequences of entry modernization of Iranian Kurdistan region Uraman the approach is underlying, Journal of Sociology Iran, 2: 3-33 (In Persian).
26. Martyniuk, A., J. Ravikumar and H. Stone. 2003. Critical Success Factors and Barriers to Technology Transfer: Case Studies and Implications, International Journal of Technology Transfer and Commercialization, 3: 306-327.
27. Pour ezat, A., A. Gholi Pour and S. Nadir khanloo. 2000. Barriers of Academic Entrepreneurship and Commercialization of Science at Tehran University, Journal of Science and Technology Policy, 4: 65-75 (In Persian).
28. Priest, H., P. Roberts and L. Woods. 2002. "An Overview of Three Different Approaches to the Interpretation of Qualitative Data". Part 1: Theoretical Issues, Qualitative Approaches, Nurse Researcher, 33: 12-43.
29. Rezaee, R., M. Hoseini, H. Shabanali Fami, L. Safa and E. Sozanchi Kashani. 2009. Identify and Analyze the Barriers to Nanotechnology Development in the Iranian Agricultural Sector by Researchers, Journal of Science and Technology Policy, 1: 17-26 (In Persian).
30. Schumpeter, J.A. 1934. The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle, Oxford University Press, London, 9: 88-102.
31. Samaei, M. 2002. Case Study Incubators and Technology Parks Agriculture, Technology Incubators Tehran University, The Second Conference of Iranian Science and Technology Parks and Incubators, 241-252 pp (In Persian).
32. Sameti, M. and B. Faramarzpour. 2002. Examine Barriers to Private Investment in the Agricultural Sector in Iran, Journal of Agricultural Economics and Development, 45: 91-112 (In Persian).
33. Sohn, S.Y. and T.H. Moon. 2003. Structural equation model for predicting technology commercialization success index (TCSI)", Technological Forecasting & Social Change, 2: 885-899.
34. Vahedi, M. and S. Moosavion. 2015. Identify problems of agricultural businesses sub-sector: livestock in Ilam, Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture, 3: 35-42 (In Persian).
35. Valdan, M. 2014. Vacuum rules limit the commercialization of new technologies in agriculture. Mehr news agency, 9-11 pp.
36. Van Manen, M. 1990. Researching lived experience: human science for an action sensitive pedagogy. London, Ontario, Canada: the University of Western Ontario, 15: 24-56.
37. Yaghoubi, J., L. Ghasemi and F. Sadeghi. 2013. Factor analysis of obstacles to the development of nanotechnology in agriculture from the Viewpoint of Agricultural Jihad Organization of Zanjan Province, Second National Congress of organic farming and conventional farming, 33-53 (In Persian).
38. Yanowa, D. and P. Schwartz-shea. 2006. Interpretation and method empirical research methods and the interpretive turn. By M.E, SHARPE London inc, 17: 76-89.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]

Phenomenology Barriers to the Creation and Launch Agricultural Startups

Nader Naderi[1], Zahra Yusefi[2] and Bijan Rezaee[3]

1- Assistant Professor, Entrepreneurship Management, Razi University of Kermanshah, Faculty of Social Sciences
2- Masters student, Entrepreneurship Management- Agricultural service orientation, Razi University of Kermanshah, Faculty of Social Sciences (Corresponding Author: zahra.yusefi71@gmail.com)
3- Assistant Professor, Entrepreneurship Management, Razi University of Kermanshah, Faculty of Social Sciences
Received: August 9, 2016 Accepted: October 8, 2016

Abstract

This study, we were looking phenomenology of barriers to agricultural startup launches were conducted as a qualitative and phenomenological. Participants were 15 executives of agricultural startups in 1395 that their companies were in the growth stage or growth. And were engaged supported by the Science and Technology Park and through interviews with 11 of them reached theoretical saturation. In order to collect data, in-depth interviews with open-ended questions and data analysis was performed based on Colaizzi. The findings in the form of 11 themes emerged which these themes are Low attractiveness for investment activities in section agriculture, Thinking high cost and low profit margins associated with agricultural activities, Macroeconomic mismanagement and a lack of recognition of the agricultural sector priorities, Failure notification system to serve the agriculture-based projects ideas, Weak management and a lack of strategic decision making for progress in agriculture, Restriction to allocate niches for agricultural startups in Science and Technology Park, The high cost of providing basic requirements and equipment for setting up the agricultural startup, High probability of stealing the idea due to the length of the process of obtaining patents in section agriculture, Time-consuming and costly process of obtaining the necessary permits from the relevant authorities such as department of agricultural jihad, Food and Drug Department and so on, Unpredictable factors such as weather, climate, rainfall, humidity, The problem of access to work because of the spatial distance from the farm, factory or warehouse.

Keywords: Agricuhtural Startup, Science and Technology Park, Phenomenology

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]