دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری
کارآفرینی و کشاورزی

شناسایی مشکلات کسب و کارهای کشاورزی زیر بخش امور دام در شهرستان ایلام

مرجان واحدی[۱] و سارا موسویون[۲]

۱- استادیار، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ایلام، (نویسنده مسوول: marjan.vahedi@yahoo.com)
۲- دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ایلام
تاریخ دریافت: ۹۴/۳/۱۶ تاریخ پذیرش: ۹۴/۶/۲۴

چکیده

بنگاه‌های کسب و کار مکانی برای رشد و پیشرفت کارآفرینان است. کسب و کار و کارآفرینی نقش کلیدی در روند توسعه و پیشرفت اقتصادی جوامع مختلف ایفا می‌کنند. این تحقیق با هدف شناسایی مشکلات کسب و کارهای کشاورزی زیر بخش امور دام در شهرستان ایلام انجام شد. که از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها توصیفی پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش ۹۵۲ نفر از صاحبان کسب و کارهای کشاورزی زیر بخش امور دام بوده‌اند که با استفاده از فرمول کوکران و به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای با انتساب متناسب تعداد ۱۲۰ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش پرسشنامه بوده است که روایی آن با استفاده از پانل متخصصان و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ به میزان ۰/۹۳ تأیید گردیده است. از روش آمار توصیفی مانند میانگین، توزیع فراوانی و ضریب تغییرات جهت توصیف جامعه آماری و برای دسته‌بندی مشکلات بنگاه‌ها از روش تحلیل عاملی با رویکرد اکتشافی بهره‌گرفته شد. نتایج تحلیل عاملی نشان داد که شش عامل شامل مشکلات سیاستی- زیرساختی (۲۳/۴۰ درصد)، اقتصادی (۱۵/۱۵ درصد)، بازاریابی (۱۳/۲۵ درصد)، مدیریتی (۱۰/۰۳ درصد)، آموزشی (۴/۲۴ درصد) و مشکلات اجتماعی- فرهنگی (۳/۱۰ درصد) از مهم‌ترین مشکلات کسب و کارهای کشاورزی در زیربخش امور دام در منطقه مورد مطالعه می‌باشند که این شش عامل در مجموع ۶۹/۱۷۸ درصد از واریانس کل را تبیین نمودند.

واژه‌های کلیدی:کسب و کار کشارزی، مشکلات زیرساختی- اقتصادی- مدیریتی، تحلیل عاملی، شهرستان ایلام

مقدمه

در طول چند سال گذشته، کسب و کارهای کوچک و متوسط، به عنوان اصلی‌ترین منابع ایجاد شغل در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه شناخته شده است. کسب و کارهای مذکور به دلیل ماهیت و ویژگی‌های خاص خود و نیز به دلیل سهم مهمی که در میزان اشتغال در کشورها و افزایش رشد و توسعه اقتصادی جوامع دارد، برای دولت‌ها از اهمیت فراوانی برخوردار است (۱۸). شرکت‌های مذکور، به دلیل کوچکی و سادگی در ساختار سازمانی، از انعطاف‌پذیری فراوانی در برابر تغییرات، سرعت قابل قبولی در انجام فعالیت‌ها، قدرت رقابت در محیط بیرونی و نیز از توانایی و ظرفیت‌های فراوانی برای بهبود عملکرد خود و دستیابی به اهداف برنامه‌ریزی شده شرکت با استفاده از منابع موجود برخوردار است (۲۰).

در ایران، کشاورزی نقش بسیار مهمی را به‌عنوان بستر فعالیت اقتصادی و وسیله‌ی امرار معاش بخش بزرگی از جمعیت بر عهده دارد. بخش کشاورزی و توجه به توسعه و عمران روستاها پس از پیروزی انقلاب اسلامی، همواره مورد اهتمام و تأیید قانون‌گذاران، برنامه‌ریزان و دستگاه‌های اجرایی و به‌عنوان محور توسعه اقتصادی و اجتماعی بوده و تحولات وسیعی در عرصه کشاورزی و روستاها و مناطق عشایری به وجود آورده است. اما، به علت برخی ناهماهنگی‌ها و سیاست‌ها، روش‌های ناکارا، تداخل وظایف و بروز حوادث طبیعی بخش کشاورزی در سال‌های اخیر با دشوارهایی ربرو بوده که مانع از رشد مطلوب این بخش شده است. دگرگونی‌های صورت گرفته در بخش کشاورزی، افزایش نرخ بیکاری در این بخش و نقش کارآفرینی در توسعه‌ی اقتصادی از عامل‌های بسیار مهمی هستند که لزوم توجه به توسعه راهبردهای کارآفرینانه در بخش کشاورزی ایران را روز به روز بیشتر می‌کند (۹).

کسب و کارهای جدید کشاورزی، به دلیل بهره‌مندی از مزیت‌هایی چون بهره‌برداری از منابع، ساختار مالکیت و مدیریت، پیوند با بازار، قدرت جذب دانش و فناوری پیشرفته، نوآوری و توسعه زنجیره‌های کشاورزی برای دستیابی به ارزش افزوده بالا، بستری مساعد برای توسعه کارآفرینی به شمار می‌روند. کسب و کارهای کشاورزی تجلی واحدهای تجاری کشاورزی است که حلقه‌های متعدد زنجیره‌ی کشاورزی شامل تولید، فرآوری منتهی به ارزش افزوده، بسته‌بندی، توزیع و بازاریابی را به یکدیگر مرتبط می‌سازند و نسبت به

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-10]

نظام‌های بهره‌برداری متعارف کشاورزی، رویکردی مخاطره‌گرا، تجاری، بازاری و سودگرا دارند. همچنین، مدیریت آنها نیازمند دانش و مهارت تخصصی و بهره‌گیری از فناوری‌های جدید برای کسب ارزش افزوده، ارتقای مستمر بهره‌وری و بهبود کیفیت محصولات و خدمات عرضه شده به بازار است. از آنجا که شکل‌گیری و رشد این واحدهای بنگاه‌گونه مستلزم ورود، همگرایی، رقابت و در هنگام لزوم، خروج آنها از عرصه کسب و کار و بازار است، چنین روندی با فرآیند کارآفرینی و توسعه کسب و کار نیز همسویی دارد.

توسعه کسب و کارهای کشاورزی با رویکرد کارآفرینی از ملزومات توسعه پایدار بخش کشاورزی به شمار می‌رود. در بخش کشاورزی، پیشبرد کارآفرینی در قالب توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه تبلور می‌یابد و به صورت یک جریان پیچیده، مستلزم شناسایی مسائل و مشکلات، نیازها و عوامل تأثیرگذار است تا بتوان با سیاست‌گذاری واقع‌گرایانه، به رفع موانع و دست‌اندازهای پیش روی این جریان و فراهم‌سازی یک محیط حمایتی برای فعالان حوزه کسب و کار کشاورزی اعم از متقاضیان، تازه‌واردان، مالکان، مدیران و حامیان پرداخت (۱۴).

در بسیاری از کشورها، این گونه بنگاه‌ها شاهرگ حیات اقتصادی به شمار می‌روند که از آن جمله می‌توان به اقتصاد ۳۰ کشور عضو سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه اشاره کرد (۱۰). برای مثال در آلمان، بنگاه‌های کوچک و متوسط با داشتن حدود ۵۰ درصد از تولید ناخالص داخلی، موتور توسعه به شمار می‌روند (۱۲). تامبونان (۱۹) بیان کرد که افزون بر ۳۰ کشور یاد شده که اغلب اروپایی هستند، بنگاه‌های کوچک و متوسط کارآفرین امروزه در سایر نقاط دنیا نیز از رشد چشم‌گیری برخوردار بوده و جایگاه ویژه‌ای در حیات اقتصاد ملی دارند. در اندونزی و کامبوج، این بنگاه‌ها تقریباً کل اشتغال را در دست گرفته‌اند و در دیگر کشورهای شرقی آسیا با به کارگیری ۶۰ تا ۷۰ درصد از نیروی کار، حدود ۳۰ درصد از صادرات ملی را به خود اختصاص داده‌اند. در آفریقای جنوبی نیز بنگاه‌های کوچک و متوسط حدود ۳۵ درصد تولید ناخالص ملی را به خود اختصاص داده و قریب به ۴۰ درصد از برون داد بخش کشاورزی را در دست دارند.

توسعه‌ی کشاورزی به افزایش عملکرد محدود نبوده و تنوع‌بخشی و فرآوری، کاهش ضایعات و تولید ارزش افزوده را نیز در بر دارد. از این رو، ضرورت دارد که بخش کشاورزی فرای کارکردهای معیشتی، خود را برای ایفای نقش‌های جدید آماده کند. بنگاه‌های زودبازده از روش‌های مهم برای اقتصاد کشاورزی روستاها و مناطق مختلف است (۱۱). چرا که هم اکنون عملکرد موفق نظام تدارک غذا نمی‌تواند مانند گذشته، انتقال ساده محصولات از مزرعه به بازار انجام دهد (۵). در این میان توسعه‌ی بنگاه‌های کوچک و کسب و کار در بخش کشاورزی، شاخصی کلیدی از نظام پیشرفته‌ی توسعه‌ی روستایی به شمار می‌رود که متأسفانه در عرصه‌ی کشاورزی توجه چندانی به آن نشده است (۹).

شریف‌زاده و همکاران (۱۵) در پژوهشی تحت عنوان بررسی موانع توسعه کسب و کارهای کشاورزی در استان گلستان به این نتیجه رسیدند که موانع بروز خطرات طبیعی، کیفیت پایین نهاده‌های موجود در بازار، زمان‌بر بودن رسیدن به مرحله سودآوری، نوسان سیاست‌های دولت در بازار کشاورزی در ارتباط با واردات، صادرات، قیمت‌گذاری و تنظیم بازار و شرایط دشوار کسب اعتبارات دارای بیشترین فراوانی بودند. میدری و همکاران (۸) در پژوهشی تحت عنوان ارزیابی موانع انجام دادن کسب و کار در استان زنجان به این نتیجه رسیدند که وجود زمین‌های دارای معارض، دشواری اخذ مجوز، سختی دریافت اعتبار، اختلافات کارفرمایان با تأمین اجتماعی و واردات نامنظم کالاهای چینی از مهم‌ترین موانع کسب و کار در استان زنجان است. نتایج مطالعه مرادنژادی و همکاران (۹) نشان داده است که عمده‌ترین موانع توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای در ایران به سیاست‌گذاری، شرایط اقتصادی، پشتیبانی، خدمات آموزشی- ترویجی، زیرساختی و فرهنگی مربوط می‌شود. علی میرزایی و همکاران (۱) در پژوهشی تحت عنوان موانع توسعه‌ی بنگاه‌های کوچک و متوسط کارآفرین روستایی در استان خوزستان با بررسی دیدگاه دو گروه صاحبان بنگاه‌های کارآفرین و کارشناسان مرتبط با امور بنگاه‌ها به این نتیجه رسیدند که دو گروه، در ارتباط با ۱۷ مورد از ۳۵ متغیر طرح شده به عنوان بازدارنده‌های توسعه‌ی بنگاه‌های کارآفرین اتفاق نظر داشتند. بر اساس نتایج تحلیل عاملی نیز، بازدارنده‌های مورد توافق در چهار عامل زیرساختی، بازاریابی، مدیریتی و سیاست‌گذاری دسته‌بندی شدند که در مجموع، ۵۳/۹۴ درصد از واریانس کل متغیرها را تبیین کردند.

یعقوبی و قاسمی (۲۱) عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینان بخش کشاورزی و راهکارهای حمایت از آنها را در استان زنجان بررسی کرده و نشان دادند که مهم‌ترین موانع کارآفرینی و اشتغال، تشریفات زاید و فساد اداری است. جلوگیری از قانون‌شکنی و رانت‌خواری و مشارکت دادن کارآفرینان در فرآیندهای اقتصادی مهم‌ترین راهکارهای حمایت از کارآفرینان بخش کشاورزی می‌باشد. سروشیان و همکاران (۱۷) در تحقیقی به اثربخشی کارآفرینان پرداخته و مؤلفه‌های ویژگی‌های کارآفرینان و تدوین راهبرد را بر عملکرد

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-10]

نهایی واحدهای کسب و کار کشاورزی مؤثر می‌دانند. به اعتقاد آنان عملکرد هر واحد تولیدی تحت تأثیر عملکرد مالی و عملکرد عملیاتی آن در طی سال‌های گذشته قرار می‌گیرد. عرفانی و اسدی (۴) در تحقیقی با عنوان اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر موفقیت بنگاه‌های کوچک و متوسط ایران با استفاده از روش تحلیل شبکه‌ای نشان دادند که قوانین و سیاست‌ها به عنوان مهم‌ترین عامل تأثیرگذار بر موفقیت بنگاه‌ها می‌باشد و بعد از آن پیشرفت صنعت و شدت رقابت در بنگاه‌ها به عنوان مهم‌ترین عامل تأثیرگذار نشان داده شده است. امین بیدختی و زرگر (۲) در پژوهشی تحت عنوان آسیب شناسی بنگاه‌های کوچک و متوسط که در استان سمنان انجام شد نشان دادند که این بنگاه‌ها با آسیب‌ها و مشکلات درون بنگاهی و برون بنگاهی متعددی مواجه اند. رتبه‌بندی حمایت‌های دولت از دیدگاه مدیران این شرکت‌ها نشان داد که حمایت‌های مالی دولت از بنگاه‌های مذکور در درجه اول اهمیت قرار دارد و حمایت‌های مدیریتی، بازاریابی و فنی در رتبه‌های بعد است.

نتایج پژوهش تامبیونان (۱۹) در اندونزی حکایت از آن دارد که نبود سرمایه، بالا بودن قیمت نهاده‌ها، هزینه ی زیاد نیروی کار، نبود فناوری مناسب و نبود پرسنل ماهر، از مهم‌ترین موانع توسعه‌ی بنگاه‌های کوچک و متوسط کارآفرین به شمار می‌روند. اسمالبون (۱۶) مشکلات عمده‌ی پیشروی بنگاه‌های کوچک و متوسط کارآفرین روستایی را در هفت عامل کوچکی بازار محلی، محدودیت در انتخاب نیروی کار، ضعف در زیرساخت‌های ارتباطی و حمل و نقل، نبود دسترسی مناسب به اطلاعات و خدمات مشاوره‌ای مرتبط با امور تجاری، نبود دسترسی مناسب به منابع مالی و محیط نهادی نامناسب، دسته‌بندی کرده است. راگ آف و همکاران (۱۳) نیز ۱۱ عامل مشخصات فردی، مسایل مدیریتی، مسایل مالی، فعالیت‌های بازاریابی، مسایل منابع انسانی، شرایط اقتصادی، مشخصات محصول، رقابت، انضباط، فناوری، عوامل محیطی را به عنوان عوامل اثرگذار بر موفقیت بنگاه‌های کوچک شناسایی کردند.

مان و همکاران (۷) نیز پس از مرور تاریخچه موفقیت شرکت‌های کوچک و متوسط سه جنبه کلیدی و محوری مؤثر بر موفقیت یک شرکت را عوامل داخلی، محیط خارجی و تأثیر ناشی از مدیر شرکت ویژگی‌های خانوادگی، روانشناختی و رفتاری مدیر و گرداننده شرکت معرفی کردند. همچنین مهارت‌های مدیریتی و دانش فنی، در اغلب موارد از مؤثرترین عوامل مرتبط با عملکرد یک شرکت می‌باشد. به‌علاوه، روابط موجود تحت تأثیر بسیاری از خصوصیات صنعتی، محیطی و وابسته به شرکت و نیز خط‌مشی‌های آن قرار دارند.

برگر و یودل (۳) نشان دادند که موفقیت کسب و کار معمولاً بر اساس شرایط اقدامات اقتصادی و مالی تعریف می‌شود که شامل بازگشت دارایی‌های تعریف شده، فروش، سود، کارمندان و نرخ بقا و اقدامات غیرپولی، مانند رضایت مشتری، رشد فردی و موفقیت شخصی می‌باشد.

کارپاک و تاپکو (۶) از روش تحلیل شبکه‌ای برای اولویت‌بندی عوامل اثرگذار بر موفقیت کسب و کارهای کوچک و متوسط تولیدی در ترکیه استفاده کردند. بر اساس نتایج این پژوهش، قوانین و مقررات تاثیرگذارترین عامل در موفقیت بنگاه‌های کوچک هستند.

شهرستان ایلام دارای ۹۵۲ مورد کسب و کار کشاورزی مرتبط با زیر بخش امور دام می‌باشد که این تعداد به‌دلیل روی آوردن سیاست‌های کشور به خصوصی‌سازی و حمایت از کسب و کار توسط دولت، در حال رشد فزاینده است. کسب و کارهای زیر بخش امور دام درگیر مسائل و مشکلاتی هستند که باعث کاهش بهره‌وری و ناکارآمدی آنها شده است. بدین ترتیب هدف اصلی از انجام این پژوهش شناسایی مشکلات کسب و کارهای کشاورزی زیر بخش امور دام در شهرستان ایلام می‌باشد.

مواد و روش‌ها

تحقیق حاضر از نظر ماهیت داده‌ها، کمّی و گذشته‌نگر و از جنبه هدف کاربردی است. از نظر روش گردآوری اطلاعات، تحقیق حاضر توصیفی و پیمایشی می‌باشد و با استفاده از فن پیمایش اقدام به توصیف جامعه آماری کرده است. جامعه آماری این تحقیق ۹۵۲ نفر از صاحبان کسب و کارهای کشاورزی زیر بخش امور دام در شهرستان ایلام می‌باشند. با توجه به وضعیت جامعه مورد مطالعه از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای با انتساب متناسب جهت انتخاب نمونه‌ها استفاده شد. حجم نمونه آماری با استفاده از رابطه کوکران به شرح زیر بدست آمد:

$$n=\frac{N(t.s)^2}{Nd^2+(t.s)^2}$$

در این رابطه N حجم جامعه (به تعداد ۹۵۲ نفر)، t (۱/۹۶)، s انحراف معیار صفت مورد نظر در پرسشنامه بدست آمده از مرحله پیش آزمون (برابر با ۰/۳)، d میزان (خطا برابر با ۰/۰۵) می‌باشد. براساس رابطه کوکران و پارامترهای آن، حجم نمونه آماری ۱۲۰ نفر تعیین شدند:

$$n=\frac{۹۵۲\,(۱.۹۶\times۰.۳)^۲}{۹۵۲(۰.۰۵)^۲+(۱.۹۶\times۰.۳)^۲}=۱۲۰$$

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-10]

ابزار به کار رفته در این تحقیق پرسشنامه بوده است که بر اساس مبانی نظری پژوهش در دو بخش ویژگی‌های فردی- حرفه‌ای و گویه‌های مربوط به مشکلات کسب و کارهای کشاورزی در قالب طیف لیکرت طراحی گردید. روایی پرسشنامه بر اساس نظرات اصلاحی صاحب‌نظران و متخصصان تأیید گردید و جهت تعیین پایایی آن از ضریب آلفای کرونباخ (۹۳ درصد) استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی مانند شاخص‌های میانگین، میانه، مد، انحراف معیار، واریانس و درصد استفاده گردید. همچنین، جهت دسته‌بندی مشکلات کسب و کارهای کشاورزی از تکنیک تحلیل عاملی با رویکرد اکتشافی بهره گرفته شد. در این تحلیل، ساختار زیربنایی مجموعه نسبتاً بزرگی از متغیرها کشف شده و هدف آن کاهش تعداد زیادی از متغیرها به تعداد کوچکتری از عامل‌ها با هدف مدل‌سازی است.

نتایج و بحث

الف) ویژگی‌های فردی

بر اساس یافته‌های پژوهش، میانگین سنی پاسخگویان ۴۷ سال بود که با انحراف معیار ۱۳ سال به ترتیب از کمینه و بیشینه سنی برابر با ۱۸ و ۸۶ سال برخوردار بودند. بنابراین مشاهده می‌شود که جامعه مورد مطالعه میانسال می‌باشند و جوانان مشارکت اندکی دارند. علت این مساله ممکن است نبود منابع مالی، نداشتن تجربه یا علاقه به فعالیت در این نوع کسب و کارها باشد. ۷۱/۷ درصد افراد ساکن شهر و ۲۸/۳ درصد آنها ساکن روستا بودند. توزیع فراوانی افراد مورد مطالعه بر حسب سطح تحصیلات نیز حکایت از آن داشت که ۲۷/۵ درصد از این افراد زیر دیپلم، ۴۶/۷ درصد با بیشترین فراوانی دارای تحصیلات دیپلم، ۲۲/۵ درصد فوق دیپلم و تنها ۳/۳ درصد پاسخگویان دارای تحصیلات کارشناسی و بالاتر می‌باشند. میانگین درآمد ماهیانه پاسخگویان ۸ میلیون ریال بدست آمد و بیشتر افراد با فراوانی ۴۸/۴ درصد اظهار داشتند که میزان تسهیلات دریافتی آنان کمتر از ۱۰۰ میلیون ریال بوده است. این در حالی است که میانگین تسهیلات دریافتی در بین افراد مورد مطالعه ۸۰ میلیون ریال بدست آمده است. همچنین، ۸۸/۳ درصد از پاسخ‌گویان اظهار کرده‌اند که کسب و کار کشاورزی خود را بیمه کرده و ۱۱/۷ درصد از آنان کسب و کار خود را بیمه نکرده بودند.

ب) تحلیل عاملی مشکلات کسب و کارهای کشاورزی

برای شناسایی و دسته‌بندی مشکلات کسب و کارهای کشاورزی از تحلیل عاملی با رویکرد اکتشافی استفاده گردید. به منظور تشخیص مناسب بودن داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی از آماره KMO و آزمون بارتلت[1] استفاده شد. مقدار KMO برابر با ۰/۸۱۲ بدست آمده است و چون این مقدار بالاتر از ۰/۷ است نشان می‌دهد که داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی مناسب می‌باشند. همچنین، میزان آزمون بارتلت برابر با ۱۱۹۵۱/۸۸۷ بدست آمد که در سطح یک درصد معنی‌دار بوده و نشان از مناسب بودن داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی است.

در این پژوهش جهت تعیین تعداد عوامل از ملاک کیسر[2] استفاده شد که بر این اساس شش عامل استخراج شدند که در جدول (۱) تعداد عوامل استخرج شده همراه با مقدار ویژه، درصد واریانس و درصد واریانس تجمعی عوامل نشان داده شده است. همان‌گونه که در جدول مشخص این شش عامل در مجموع ۶۹/۱۷۸ درصد از واریانس کل را تبیین نمودند که در این بین عامل اول، با مقدار ویژه ۵/۵۴۵، به تنهایی حدود ۲۳/۴ درصد از واریانس کل را تبیین نموده است. جهت چرخش عامل‌ها در این پژوهش از روش وریماکس استفاده شد. بعد از چرخش هر یک از عامل‌ها با توجه به ماهیت متغیرهایی که به آن بار شده‌اند نام‌گذاری گردیدند. در جدول (۲) هر یک از مشکلات کسب و کارهای کشاورزی به همراه متغیرهای تشکیل‌دهنده عامل‌ها و بار عاملی هر یک از آنها آورده شده است.

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

عامل‌ها	مقدار ویژه	درصد واریانس مقدار ویژه	درصد واریانس تجمعی
۱	۵/۵۴۵	۲۳/۴۰۲	۲۳/۴۰۲
۲	۲/۷۰۳	۱۵/۱۵۱	۳۸/۵۵۳
۳	۲/۴۱۰	۱۳/۲۵۰	۵۱/۸۰۳
۴	۱/۸۸۸	۱۰/۰۳۵	۶۱/۸۳۸
۵	۱/۴۶۲	۴/۲۳۸	۶۶/۱۷۸
۶	۱/۰۰۱	۳/۱۰۲	۶۹/۱۷۸

1- Bartlett

2- Kaiser

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-10]

جدول ۲- گویه‌های مربوط به هر یک از مشکلات کسب و کارهای کشاورزی و بار عاملی هر یک از گویه‌ها

نام عامل	متغیرها	بار عاملی
مشکلات سیاستی- زیرساختی	نوسان سیاست‌های دولت در بازار کشاورزی (واردات، صادرات، قیمت‌گذاری و تنظیم بازار)	۰/۴۸۱
	نبود صنایع تبدیلی برای محصولات دامی در منطقه	۰/۴۴۹
	بوروکراسی‌های (قوانین دست و پا گیر) اداری جهت دریافت مجوز و پروانه کسب و کار	۰/۴۳۵
	ضعف قوانین مالکیت فکری در کشور	۰/۴۲۳
	ضعف در زیرساخت‌های فیزیکی مورد نیاز	۰/۳۹۶
	عدم خرید تضمینی محصولات از سوی دولت	۰/۳۹۰
	ضعف در ساز و کار صادرات محصولات	۰/۳۷۱
	ناهماهنگی بین مقررات و ضوابط بخش‌های اقتصادی کشور در خصوص واحدهای تولیدی	۰/۳۶۵
	عدم اعمال به‌موقع سیاست‌های تشویقی دولت از قبیل معافیت مالیاتی، جوائز صادراتی و غیره	۰/۳۲۰
	عدم پوشش بیمه‌ای مناسب	۰/۲۷۰
مشکلات اقتصادی	نرخ بالای مالیات	۰/۵۹۴
	بالا بودن نرخ تورم	۰/۴۸۷
	دخالت‌های متعدد و غیرضروری دولت در امور اقتصادی و بازرگانی	۰/۴۷۶
	شیوه‌ی نامناسب حصول مالیات	۰/۴۴۹
	هزینه بالای تأمین مواد اولیه مرغوب	۰/۴۰۸
	نرخ بالای سود بانکی (تسهیلات)	۰/۳۹۰
	عدم اعطای تسهیلات بانکی به میزان نیاز واقعی طرح	۰/۳۸۴
	نوسان شدید قیمت محصولات تولیدی	۰/۳۳۳
	ضعف مالی و کمبود نقدینگی بنگاه‌ها	۰/۳۳۱
	قاچاق گسترده کالا به کشور	۰/۳۳۰
مشکلات بازاریابی	عدم دسترسی به فناوری‌های پیشرفته جهت تولید محصولات	۰/۵۸۰
	مطلوب نبودن استاندارد و کیفیت محصولات تولیدی	۰/۴۰۷
	نداشتن بازار هدف ثابت	۰/۴۳۶
	آشنایی کم مدیران کسب و کارها با عوامل آمیخته بازاریابی	۰/۴۳۶
	ضعف نظام حمل و نقل و نبودن وسایل نقلیه مجهز به خنک‌کننده	۰/۴۰۰
	کمبود نیروهای متخصص بازاریابی	۰/۳۹۵
	فعال نبودن شرکت‌ها و مؤسسات حمل و نقل و باربری جهت بازاررسانی محصولات	۰/۳۹۳
	نبود تجهیزات لازم جهت انبارداری و نگهداری مانند سردخانه‌ها	۰/۳۹۲
	مطلوب نبودن بسته‌بندی مناسب محصولات تولیدی	۰/۳۷۴
	عدم توجه به پژوهش‌های بازاریابی	۰/۳۷۱
	ضعف در تبلیغات	۰/۳۱۶
مشکلات مدیریتی	نداشتن مهارت‌های مدیریتی صاحبان بنگاه‌ها	۰/۴۹۴
	عدم تخصص و خبرگی صاحبان کسب و کار	۰/۴۴۸
	ضعف در برنامه‌ریزی برای تولید و بالا بردن کیفیت توسط صاحبان بنگاه‌ها	۰/۴۳۵
	عدم توجه به سلایق مشتریان	۰/۴۲۷
	کهنگی، فرسودگی و مستهلک بودن تجهیزات و ماشین‌آلات	۰/۳۶۳
	نبود تنوع و نوآوری در تولید محصولات دامی	۰/۳۵۷
	ناکافی بودن مهارت‌های صاحبان بنگاه‌ها در نوشتن طرح کسب و کار	۰/۳۰۷
مشکلات آموزشی	پایین بودن میزان تحصیلات صاحبان بنگاه‌ها در منطقه	۰/۴۴۳
	عدم تولید محصولات مناسب برای بازارهای جهانی	۰/۴۴۳
	ضعف معلومات صاحبان بنگاه‌ها درباره‌ی قوانین حقوقی و تجاری	۰/۴۰۰
	عدم برگزاری دوره‌های آموزشی مرتبط با کسب و کار	۰/۳۹۵
	مطلوب نبودن توانایی شرکت‌ها در حوزه شناخت بازارها و دانش بازاریابی	۰/۳۴۹
مشکلات اجتماعی - فرهنگی	عدم ارتباط صاحبان بنگاه‌ها با کارآفرینان و الگوهای موفق در زمینه کسب و کار	۰/۴۷۴
	نبود نگرش جامع و جهانی به بازارها در مدیران شرکت‌های کوچک و متوسط	۰/۴۷۴
	عدم وجود مراکز مشاوره و اطلاع‌رسانی در زمینه‌ی کسب و کار	۰/۴۵۲
	نداشتن مهارت‌های ارتباطی صاحبان بنگاه‌ها (قدرت چانه‌زنی، برقراری ارتباط و ...)	۰/۴۴۸
	استقبال مصرف‌کنندگان از محصولات خارجی	۰/۴۱۴
	رونق بازار دلالی در منطقه	۰/۳۹۲
	عدم دسترسی به امکانات رفاهی شامل آب، برق و ...	۰/۳۸۳

بر اساس اطلاعات جداول (۱ و ۲)، مشکلات زیرساختی کسب و کارهای کشاورزی شامل ۱۰ گویه می‌باشد که با مقدار ویژه ۵/۵۴۵، به تنهایی ۲۳/۴۰۲ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند. متغیرهای نوسان سیاست‌های دولت در بازار کشاورزی (واردات، صادرات، قیمت‌گذاری و تنظیم بازار)، نبود صنایع تبدیلی برای محصولات دامی در منطقه، بوروکراسی‌های (قوانین دست و پا گیر) اداری جهت دریافت مجوز و پروانه کسب و کار و ضعف قوانین مالکیت فکری در کشور با داشتن بار عاملی بالاتری نسبت به دیگر متغیرها

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-10]

بیشترین اهمیت را در بین مشکلات زیرساختی دارند. این یافته‌ها نتایج پژوهش مرادنژادی و همکاران (۹)، علی میرزایی و همکاران (۱) و اسمالبون (۱۶) هم‌خوانی دارد. در این راستا، پیشنهاد می‌شود که دولت با مهیا نمودن تسهیلات لازم و امکانات زیربنایی برای صاحبان بنگاه‌ها، آنها را برای سرمایه‌گذاری بیشتر در این صنعت ترغیب کند و همچنین با فراهم ساختن زیرساخت‌های لازم جهت ایجاد بازارهای مناسب جهت فروش و یا صادرات تولیدات و احداث صنایع تبدیلی و نیز حذف قوانین دست و پا گیر اداری در جهت رفع این قبیل مشکلات اقدام نماید.

عامل دوم تحت عنوان مشکلات اقتصادی ۱۵/۱۵۱ درصد از واریانس کل را تبیین کرده است که متغیرهایی مانند نرخ بالای مالیات، بالا بودن نرخ تورم، دخالت‌های متعدد و غیرضروری دولت در امور اقتصادی و بازرگانی و شیوی نامناسب حصول مالیات از جمله مهم‌ترین مشکلات اقتصادی به شمار می‌روند. نتایج این پژوهش با نتایج تحقیقات شریف‌زاده و همکاران (۱۵)، میدری و همکاران (۸)، تامبیونان (۱۹) و راگ آف و همکاران (۱۳) همخوانی دارد. بنابراین، پیشنهاد می‌گردد دولت با اعطای اعتبارات به تعاونی‌های تولید جهت فراهم کردن و توزیع نهاده‌ها، تعدیل قیمت نهاده‌ها و مواد اولیه بنگاه‌ها، کاهش نرخ جریمه دیرکرد اقساط، کاهش نرخ سود تسهیلات اعطایی برای ترغیب صاحبان بنگاه‌ها به پرداخت اقساط باعث کاهش هزینه‌ها و افزایش قدرت اقتصادی صاحبان کسب و کارهای کشاورزی شود.

عامل سوم تحت عنوان مشکلات بازاریابی ۱۳/۲۵۰ درصد از واریانس کل را تبیین کرده است. مهم‌ترین متغیرهایی که به این عامل بار شده‌اند عبارتند از عدم دسترسی به فناوری‌های پیشرفته جهت تولید محصولات، مطلوب نبودن استاندارد و کیفیت محصولات تولیدی، نداشتن بازار هدف ثابت و آشنایی کم مدیران کسب و کارها با عوامل آمیخته بازاریابی، ضعف نظام حمل و نقل و نبودن وسایل نقلیه مجهز به خنک‌کننده، که این نتایج یافته‌های پژوهش شریف‌زاده و همکاران (۱۵)، علی میرزایی و همکاران (۱)، اسمالبون (۱۶) و راگ آف و همکاران (۱۳) را تأیید می‌نماید. در این راستا پیشنهاد می شود سازمان‌های ذیربط با برگزاری دوره‌های آموزشی در زمینه‌ی مسایل مرتبط با شیوه‌های مدرن و مناسب بازاریابی از جمله تکنولوژی‌های جدید بسته‌بندی، توجه به سلایق مشتریان (مشتری مداری) و معرفی افراد موفق در این زمینه کاری و استفاده از ماشین‌آلات پیشرفته در جهت بالا بردن کیفیت و تولید بهتر و بیشتر اقدام نمایند. مشکلات مدیریتی با مقدار ویژه ۱/۸۸ به عنوان چهارمین دسته از مشکلات کسب و کارهای کشاورزی شناسایی شدند. نداشتن مهارت‌های مدیریتی صاحبان بنگاه‌ها، عدم تخصص و خبرگی صاحبان کسب و کار، ضعف در برنامه‌ریزی برای تولید و بالا بردن کیفیت توسط صاحبان بنگاه‌ها از مهم‌ترین متغیرهای این عامل می‌باشند. نتایج پژوهش مان و همکاران (۴) نیز این یافته‌ها را تأیید می‌نماید. در این رابطه بالابردن مهارت‌های مدیریتی صاحبان کسب و کارها از طریق آموزش و کارآموزی پیشنهاد می‌گردد.

عامل پنجم تحت عنوان مشکلات آموزشی، ۴/۲۳۸ درصد از واریانس کل را تبیین کرده است. مهم‌ترین متغیرهایی که به این عامل بار شده‌اند شامل پایین بودن میزان تحصیلات صاحبان بنگاه‌ها، عدم تولید محصولات مناسب بازارهای جهانی و ضعف معلومات صاحبان بنگاه‌ها درباره‌ی قوانین حقوقی و تجاری می‌باشد. این یافته‌ها با نتایج پژوهش مرادنژادی و همکاران (۶) هم‌خوانی دارد. در این راستا، نیز برگزاری دوره‌های آموزشی و ارائه خدمات مشاوره‌ای جهت بالابردن سطح آگاهی و مهارت صاحبان کسب و کارها پیشنهاد می‌گردد.

مشکلات اجتماعی- فرهنگی با درصد واریانس ۳/۱۰۲ به عنوان آخرین گروه از مشکلات کسب و کارهای کشاورزی شناسایی شدند. گویه‌های عدم ارتباط صاحبان بنگاه‌ها با کارآفرینان و الگوهای موفق در زمینه کسب و کار، نبود نگرش جامع و جهانی به بازارها در مدیران شرکت‌های کوچک و متوسط، عدم وجود مراکز مشاوره و اطلاع‌رسانی در زمینه کسب و کار، نداشتن مهارت‌های ارتباطی صاحبان بنگاه‌ها (قدرت چانه‌زنی، برقراری ارتباط و ...) و استقبال مصرف‌کنندگان از محصولات خارجی از مهم‌ترین مشکلات این گروه می‌باشند که این یافته نتایج پژوهش مرادنژادی و همکاران (۹) را تأیید می‌نماید. در این راستا، پیشنهاد می‌گردد با ایجاد تشکل‌ها و تعاونی‌ها و تشویق به حضور فعال‌تر صاحبان بنگاه‌ها سعی در ایجاد رابطه و تعامل صاحبان کسب و کارهای کشاورزی با یکدیگر و بالا بردن قدرت چانه‌زنی آنان نمایند. همچنین دولت و سازمان‌های ذیربط با برگزاری همایش‌ها، سمینارها و برنامه‌های تبلیغاتی فرهنگ خرید و مصرف کالاهای داخلی را ترویج دهند. شکل (۱) مشکلات کسب و کارهای کشاورزی زیر بخش امور دام همراه با درصد واریانس هر یک از مشکلات را نشان می‌دهد.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-10]



شکل ۱- مشکلات کسب و کارهای کشاورزی زیر بخش امور دام و درصد واریانس هر یک از مشکلات

منابع

1. Alimirzai, E., A. Asadi and M. Tahmasebi. 2011. Development Barriers of Rural Entrepreneur Small and Medium Enterprises in Khuzestan province. Journal of Entrepreneurship Development, 3: 165-184. (In Persian)
2. Aminbidokhti, A.A. and S. M. Zargar. 2011. Pathology of Small and Medium Enterprises and Explain of Applied Strategies for supporting them. Journal of Development and Management Process, 78: 125-156. (In Persian)
3. Berger, A.N. and G.F. Udell. 1998. The Economics of Small Business Finance: The Roles of Private equity and debt markets in the financial growth cycle. Journal of Banking & Finance, 22: 613-673.
4. Erfani, A. and E. Asadi. 2012. Prioritizing Effetive Factors on Success of Small and Medium Enterprises in Iran. Journal of Rahbord, 29: 58-83. (In Persian)
5. Hellin, J., M. Ludy and M. Meijer. 2009. (Farmer Organization, Collective Action and Market Access in Meso- America). Journal of Food Policy 34(2009), www.elsevier.com.
6. Karpak, B. and I. Topcu. 2010. Small medium manufacturing enterprises in Turkey: An analytic network process frame work for prioritizing factors affecting success. International Journal Production Economics, 125: 60-70.
7. Man, T.W.Y., T. Lau and K. Chan. 2002. The competitiveness of small and medium enterprises a conceptualization with focus on entrepreneurial competencies. Journal of Business Venturing, 17: 123- 142.
8. Midri, A., A. Nasiriaghdam and Z. Mortazavifar. 2013. Barriers Evaluation of Implementing Businesses in Zanjan province, Journal of Economic Research, 48: 129-147. (In Persian).
9. Moradnezhadi, H., H. Shabanalifami, H. Iravani, S.M. Hoseini and M. Kafi. 2007. Barriers of Entrepreneurship development in Iran Green Houses. Journal of Iran Agriculture Science, 2-38: 175-184. (In Persian)
10. OECD. 2005. SME and Entrepreneurship Outlook, Organization for Economic Co-operation and Development Publishing. France, Paris: 2005.
11. Qamar, M.K. 2002. «Global trends in agricultural extension: challenges facing Asia and the Pacific region», retrieved Dec 18 2007 from http: //www.fao.org. pp: 1-2.
12. Raskhchi, S. 2009. Study of Small and Medium Enterprises Statues in Germany, Journal of Trade & Industry& Mine Room, 499: 6-8. (In Persian)
13. Rogoff, E.G., M.S. Lee and D.C. Suh. 2004. "Who done it?" Attributions by entrepreneurs and experts of the factors that cause and impede small business success. Journal of Small Business Management, 42: 364-376.
14. Sharifzade, A., A. Arabion and M. Sharifi. 2009. Study of Agricultural Businesses Barriers in Golestan Province. Quarterly of Rural and Development, 13: 129-160. (In Persian)
15. Sharifzade, A., M. Mahbobi and A. Arabion. 2010. Development Components of Agricultural Businesses in Golestan Province, Journal of Entrepreneurship Development, 1: 85-112. (In Persian)
16. Smallbone, D. 2007. Fostering Entrepreneurship in Rural Areas, Key Policy Issues in Entrepreneurship and SME Development, Retrieved Dec 20 2010 from http:// www.oecd.org/.
17. Sorooshian, S., Z. Norzima, I. Yusof and Y. Rosnah. 2010. Structural Modeling of Entrepreneur's Effectiveness. World Applied Science Journal, 10: 923-929.
18. Svetlicic, M., A. Gilmore and D. Cummins. 2007. Internationalization of Small and Medium-size Enterprises from selected central European economies. Eastern European Economics, 45: 36-65.
19. Tambunan, T. 2009. Women Entrepreneurship in Asian developing countries: Their development and main constraints, Journal of Development and Agricultural Economics, May, 2009. 1: 27- 40.
20. Wilkinson, T. and L.E. Brouthers. 2006. Trade promotion and SME export performance. International Business Review, 15: 233-252.
21. Yaghobi, J. and J. GHasemi. 2009. Study of Effective Factors on Success of Agricultural Entrepreneurs and Strategies of Supporting them (Zanjan case study). Quarterly of Agriculture and Cooperative, 20: 85-97.(In Persian)

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-10]

Identifing Difficulties of Agricultural Businesses in Animal Sub-Sector of Ilam Township

Marjan Vahedi[1] and Sara Mosavion[2]

1- Assistant Professor, Department of Agricultural Extension and Education, Ilam Branch, Islamic Azad University, (Corresponding Ahthor: marjan.vahedi@yahoo.com)
2- M.Sc. Student, of Agricultural Extension and Education, Ilam Branch, Islamic Azad University
Received: June 6, 2015 Accepted: September 15, 2015

Abstract

Business enterprises are places for growth and progress of entrepreneurs. Businesses and entrepreneurship play key role in economic development of various communities. The purpose of this research was to identify difficulties of agricultural businesses in animal sub-sector of Ilam Township. This research was applied and a descriptive-survey method was used. Population of this study was 952 managers of enterprises which by using of proportionate stratified random sampling method and use of Cochran formula 120 enterprises were selected. Instrument of data gathering was questionnaire that its validity confirmed by expert panel and for reliability of questionnaire, cronbach alpha coefficient was used that its value was equal to 0.93 that is acceptable. Descriptive statistics such as mean, frequency and coefficient of variance were used for data analysis. Difficulties of businesses were categorized by factor analysis. Results showed that difficulties of infrastructure-public(%23/40), economic(%15/15), marketing(%13/25), management(%10/03), educational(%4/24) and sociocultural(%3/10) have identified as the main difficulties of agricultural businesses that these factors explain %69/178 of total variance.

Keywords: Agricultural Business, Management-Economic-Infrastructure Difficulties, Factor Analysis, Ilam

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-10]