



## Content Analysis of the Elements of Isenberg's Model of an Entrepreneurial Ecosystem in the context of Agricultural Higher Education System

Zohreh Motamedinia<sup>1</sup> , Seyed Hamid Movahed Mohamadi<sup>2✉</sup> ,  
Amir Alambaigi<sup>3</sup> , Hossein Mahdizadeh<sup>4</sup> 

1. Department of Agricultural Extension & Education, Faculty of Agricultural Economics and Development, University of Tehran, Karaj, Iran. Email: [zohreh.motamedi@ut.ac.ir](mailto:zohreh.motamedi@ut.ac.ir)

2. Corresponding author, Department of Agricultural Extension & Education, Faculty of Agricultural Economics and Development, University of Tehran, Karaj, Iran. Email: [hmovahed@ut.ac.ir](mailto:hmovahed@ut.ac.ir)

3. Department of Agricultural Extension & Education, Faculty of Agricultural Economics and Development, University of Tehran, Karaj, Iran. Email: [alambaigi@ut.ac.ir](mailto:alambaigi@ut.ac.ir)

4. Department of Entrepreneurship and Rural Development, Faculty of Agricultural, Ilam University, Ilam, Iran. Email: [hossein.mahdizadeh@ilam.ac.ir](mailto:hossein.mahdizadeh@ilam.ac.ir)

Article Info	ABSTRACT
<b>Article type:</b> Research Article	The present research was conducted with the purpose of content analysis of the elements of Isenberg's model of an entrepreneurial ecosystem in the context of agricultural higher education system. This study was led with an inductive approach, using a qualitative content analysis method. This study with using purposive sampling, startup activists were analyzed in two sections of private and public sector. The MAXQDA12 software was used to manage and analyze data. First, the semantic units were extracted from the interview transcripts. Then these units were categorized according to their common themes. And finally, based on their correlations, the categories were put into separate classifications called "themes". According to the findings, the subcomponent of "alignment of universities with the ecosystem" from the component of human capital, the subcomponent of "access to various financial resources" from the component of financial capital, the subcomponent of "market access" from the component of market, the subcomponents of "entrepreneurial attitude" and "entrepreneurship culture" from the component of culture, the subcomponent of "providing infrastructure" from the component of support, and the subcomponent of "legislation" from the component of policy were found to be of the highest level of importance. Moreover, the components of policy and human capital were found to have the first and second priorities respectively, followed by the components of culture, support, market and financial resources which came after considering the level of importance. In the other words, governments, through legislation, and universities, through educational capacities, have the main roles in the development of ecosystem and consequently, the development of the country's entrepreneurship.
<b>Article history:</b> Received: 20 June 2019 Received in revised form: 1 November 2019 Accepted: 1 November 2019 Published online: Spring 2024	
<b>Keywords:</b> <i>Content Analysis,</i> <i>Entrepreneurial Ecosystem,</i> <i>Isenberg' Model,</i> <i>Agricultural Higher Education,</i> <i>Activists of Startup.</i>	

**Cite this article:** Motamedinia, Z., Movahed Mohamadi, S. H., Alambaigi, A. & Mahdizadeh, H. (2024). Content Analysis of the Elements of Isenberg's Model of an Entrepreneurial Ecosystem in the context of Agricultural Higher Education System. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 55-2 (1), 131-148. DOI: <https://doi.org/10.22059/ijaedr.2019.283902.668776>



© The Author(s).

**Publisher:** The University of Tehran Press.

DOI: <https://doi.org/10.22059/ijaedr.2019.283902.668776>

### Extended Abstract

#### Objectives

In recent years, universities are increasingly required to prioritize a third mission, namely entrepreneurship, along with their traditional missions of education and research (Compagnucci & Spigarelli, 2020). Adopting an approach emphasizing entrepreneurial ecosystems by universities can considerably contribute to this mission (Toledano & Urbano, 2008) as universities are the second most important factor in entrepreneurial ecosystems, behind entrepreneurs. Consequently, much of the research has been focused on

universities as the hub in such ecosystems (Schaeffer & Matt, 2016). Campanella *et al.* (2013) highlight the essential role of universities in producing entrepreneurs as university graduates have a greater ability and broader insights to become entrepreneurs. Given this significance, Mack and Mayer (2016) state that the ability to foster an entrepreneurial ecosystem is a crucial requirement for universities.

Daniel Isenberg, a professor at Babson College, proposed a comprehensive model for studying entrepreneurial ecosystems. Isenberg's entrepreneurial ecosystem model is most popular among policymakers (Stam & Spigel, 2016) as indicated by the fact that this model is more commonly cited compared to other similar models (Maleci, 2018). Moreover, the Isenberg's model is the base model for studying the concept of ecosystems, which comprises hundreds of elements that can be categorized into the six main areas of policy, culture, human capital, support, market and financial capital. The present research was conducted with the purpose of content analysis of the elements of Isenberg's model of an entrepreneurial ecosystem in the context of agricultural higher education system.

### Method

This study was led with an inductive approach, using a qualitative content analysis method. This study with using purposive sampling, startup activists were analyzed in two sections of private and public sector. The MAXQDA12 software was used to manage and analyze data. First, the semantic units were extracted from the interview transcripts. Then these units were categorized according to their common themes. And finally, based on their correlations, the categories were put into separate classifications called "themes".

### Results

According to the findings, the subcomponent of "alignment of universities with the ecosystem" from the component of human capital, the subcomponent of "access to various financial resources" from the component of financial capital, the subcomponent of "market access" from the component of market, the subcomponents of "entrepreneurial attitude" and "entrepreneurship culture" from the component of culture, the subcomponent of "providing infrastructure" from the component of support, and the subcomponent of "legislation" from the component of policy were found to be of the highest level of importance. Moreover, the components of policy Although entrepreneurial ecosystems have been gaining popularity, the concept of the entrepreneurial ecosystem still lacks a clear definition and human capital were found to have the first and second priorities respectively, followed by the components of culture, support, market and financial resources which came after considering the level of importance.

### Discussion

Entrepreneurship has become the driving force behind the socio-economic development of any nation. Creating an effective entrepreneurial ecosystem is considered to be a regional economic development strategy, which focuses on creating supportive environments that promote sustainable startups. So, building a dynamic and effective entrepreneurial ecosystem has received great attention from many national leaders. Hence, many nascent ecosystems worldwide need a theoretical framework for developing their communities to progress toward a successful and sustainable ecosystem.

Iranian universities possess great human capital for success in entrepreneurship and fostering start-ups. The large number of students and graduates as well as easy and fast access to new technologies have resulted in suitable levels of technical knowledge. However, Iran does not have a good global standing in terms of entrepreneurship, risk-taking by young people, and their confidence for starting businesses. Also, despite the attractiveness of this field for university students and graduates, they are not equipped with adequate management and marketing knowledge and do not possess the necessary teamwork mentality. Growth in entrepreneurship requires the availability of cultural and social factors, as well as collaboration between education, administrative, and financial systems. The economic, cultural, social, and legal factors associated with entrepreneurship should be concurrently considered during the development of policies aimed at expanding entrepreneurship. In other words, expansion of entrepreneurship requires a network of elements, which has been termed the entrepreneurial ecosystem by Isenberg.

According to the results, governments, through legislation, and universities, through educational capacities, have the main roles in the development of ecosystem and consequently, the development of the country's entrepreneurship.



## تحلیل محتوای عناصر مدل اکوسیستم کارآفرینی آیزنبرگ در بستر نظام آموزش عالی کشاورزی

زهرا معتمدی نیا<sup>۱</sup> | سیدحمید موحد محمدی<sup>۲</sup> | امیر علم بیگی<sup>۳</sup> | حسین مهدی زاده<sup>۴</sup>

۱. گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران، کرج، ایران. رایانامه: [zohreh.motamedi@ut.ac.ir](mailto:zohreh.motamedi@ut.ac.ir)

۲. نویسنده مسئول، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران، کرج، ایران. رایانامه: [hmovahed@ut.ac.ir](mailto:hmovahed@ut.ac.ir)

۳. گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران، کرج، ایران. رایانامه: [alambaigi@ut.ac.ir](mailto:alambaigi@ut.ac.ir)

۴. گروه کارآفرینی و توسعه روستایی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه ایلام، ایلام، ایران. رایانامه: [hossein.mahdizadeh@ilam.ac.ir](mailto:hossein.mahdizadeh@ilam.ac.ir)

چکیده	اطلاعات مقاله
تحقیق حاضر با هدف تحلیل محتوای عناصر مدل اکوسیستم کارآفرینی آیزنبرگ در بستر نظام آموزش عالی کشاورزی انجام شد. این مطالعه با رویکرد استقرایی و با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی هدایت شد. در این مطالعه با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند دیدگاه‌های فعالان استارت‌آپی در دو بخش خصوصی و دولتی تحلیل گردید. به منظور مدیریت و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار MAXQDA12 استفاده شد. به این صورت که ابتدا واحدهای معنایی از متن مصاحبه‌ها استخراج شد. سپس این واحدها بر اساس اشتراک مضامین مقوله‌بندی شدند و در نهایت مقوله‌ها بر اساس ارتباطی که با یکدیگر داشتند، در طبقات جداگانه‌ای به نام مضامین قرار گرفتند. مطابق یافته‌ها خرده مقوله "حرکت دانشگاه‌ها در مسیر اکوسیستم" از مولفه سرمایه انسانی، خرده مقوله "دسترسی به منابع مالی متنوع" از مولفه سرمایه مالی، خرده مقوله "دسترسی به بازار" از مولفه بازار، خرده مقوله‌های "نگرش کارآفرینانه" و "فرهنگ کارآفرینی" از مولفه فرهنگ، خرده مقوله "تأمین زیرساخت" از مولفه حمایت و خرده مقوله "وضع قوانین" از مولفه سیاست دارای بیشترین فراوانی‌ها بودند. همچنین، مولفه‌های سیاست و سرمایه انسانی به ترتیب اولویت‌های اول و دوم را به خود اختصاص دادند و مولفه‌های فرهنگ، حمایت، بازار و سرمایه مالی به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. به عبارتی، دولت‌ها از طریق وضع قوانین و مقررات و دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی کشاورزی کشور از طریق ظرفیت‌های دانشی نقش‌های اصلی را در رشد اکوسیستم و به تبع آن توسعه کارآفرینی کشور برعهده دارند.	<p>نوع مقاله:</p> <p>مقاله پژوهشی</p> <p>تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۳/۳۰</p> <p>تاریخ بازنگری: ۱۳۹۸/۰۷/۱۰</p> <p>تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۷/۱۰</p> <p>تاریخ انتشار: بهار ۱۴۰۳</p> <p>کلیدواژه‌ها:</p> <p>تحلیل محتوا، اکوسیستم کارآفرینی، مدل آیزنبرگ، آموزش عالی کشاورزی، فعالان استارت‌آپی.</p>

**استناد:** موحد محمدی، سیدحمید؛ معتمدی نیا، زهرا؛ علم بیگی، امیر و مهدی زاده، حسین (۱۴۰۳). تحلیل محتوای عناصر مدل اکوسیستم کارآفرینی آیزنبرگ در بستر نظام آموزش عالی کشاورزی مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، ۲-۵۵ (۱)، ۱۴۸-۱۳۱. DOI: <https://doi.org/10.22059/ijaedr.2019.283902.668776>



## مقدمه

نظام آموزش عالی کشاورزی می‌تواند به طور غیرمستقیم با آموزش کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی و نیز به طور مستقیم با کارآفرینی دانشگاهی و تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی کشاورزی (بهره‌برداری تجاری از دانش و فناوری دانشگاهی و بسیج منابع دانشگاهی) در توسعه کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کار در بخش کشاورزی سهمیم شود (Sharifzadeh & Abdollahzadeh, 2015). با این حال، نظام آموزش عالی در ایران پژوهش‌محور بوده و فعالیت‌چندانی در توسعه کارآفرینی در کشور و تربیت افراد کارآفرین ندارد. به طوری که، پرداختن به مقوله کارآفرینی و پرورش دانشجویانی که دارای توانایی‌ها و مهارت‌های لازم جهت راه‌اندازی کسب و کار مناسب باشند، به عنوان وظیفه اصلی نظام آموزش عالی مورد غفلت واقع شده و متأسفانه خلاء آن در کشور محسوس است (Hadizadeh et al., 2013). زیرا، باید اذعان داشت که امروزه دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی کشور به جای پاسخگویی به نیازهای جامعه به مراکز پژوهشی جهت پاسخگویی به نیازهای کسب مدرک و اعتبار دانشجویان تبدیل شده‌اند (Azizi et al., 2013). اما باید نظر نمود، دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی از ماندگارترین موسسات در جهان می‌باشند. لذا، نقش‌ها و وظایف جدیدی برای آنها تعریف شده است. به طوری که، اگر نتوانند در راستای توسعه کارآفرینی گام بردارند، کشورهايشان در توسعه ملی و منطقه‌ای و رقابت‌های بین‌المللی موفق نخواهند شد (Bizhani et al., 2015). قابل ذکر است، از جمله این نقش‌ها و وظایف در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی کشاورزی می‌توان به مدیریت محیط‌های پیش‌رشد و رشد برای دانشجویان، کمک به دانشجویان در تأسیس شرکت‌های زایشی و دانش‌بنیان کشاورزی هنگام تحصیل و انتقال شرکت‌های کشاورزی ثبت شده توسط دانشجویان و اعضای هیئت علمی دانشگاه‌های کشاورزی و منابع طبیعی به پارک‌های علم و فناوری اشاره نمود (Abedi et al., 2012). با این وجود، اقدامات مذکور هیچ‌گاه در خلاء اتفاق نمی‌افتند. بلکه، نیازمند محیط مساعدی می‌باشند که در آن همه عوامل به شکل مقتضی با هم همکاری نمایند. از این محیط با عنوان "اکوسیستم کارآفرینی" یاد می‌شود. اکوسیستم کارآفرینی به عناصر، افراد، سازمان‌ها یا موسساتی اشاره دارد که می‌توانند همچون محرک یا مانعی در راستای کارآفرین شدن افراد عمل کنند (Forfas, 2009). چنین اکوسیستمی در برگیرنده صدها عنصر بوده که از جمله آنها مراکز آموزش عالی هستند. لذا، می‌طلبید مراکز آموزش عالی و از جمله مراکز آموزش عالی کشاورزی در راستای رشد محیط کارآفرینی تمهیدات لازم را اندیشیده و مسئولیت‌های جدیدی را در قبال آن عهده‌دار شوند (Abdollahzadeh et al., 2012). از این رو، در سال‌های اخیر توجه به کارآفرینی و توسعه آن علاوه بر مأموریت‌های آموزشی و پژوهشی در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی در سراسر دنیا افزایش یافته است (Morris et al., 2013; Dickson et al., 2008). اما، باید یادآور شد که گسترش انفجارگونه دوره‌ها و رویدادهای کارآفرینی در مراکز دانشگاهی، افزایش تألیفات و پژوهش‌های این حوزه همراه با التفات نظر دولتمردان و نهادهای توسعه که رشد چشمگیر و موفقیت‌آمیز جریان کارآفرینی را در سراسر جهان به ذهن متبادر می‌سازد. دارای چالش‌های متعدد شناخت‌شناسی، نظری، آموزشی و اکوسیستم در حوزه کارآفرینی است. در همین راستا باید اشاره داشت که منظومه دانشگاهی، نیازمند توسعه اکوسیستم و فضای کارآفرینی مناسب است تا از رهگذر آن، سنت و هنجارها، بنیان‌ها، فرایندها و مرزهای آن منظومه نهادینه شود و به تولید دانش نوین کارآفرینی منجر گردد. لذا، دانشگاه‌ها می‌بایست اکوسیستم کارآفرینی را به طور عمومی و کاربردی در دستور کار قرار دهند (Aliabadi et al., 2018).

قابل ذکر است که سالانه ۲۷۰ هزار دانش‌آموخته دانشگاهی وارد بازار کار می‌شوند. اما، ظرفیت بازار پاسخگوی این شمار دانش‌آموخته نیست (Ahookhosh & Alibeigi, 2017). Hejazi et al. (۲۰۰۸) در بررسی‌های خود دریافتند که با توجه به رشد بیش از حد دانش‌آموختگان کشاورزی و افزایش نرخ بیکاری آنان هدایت دانش‌آموختگان کشاورزی به سمت راه‌اندازی کسب و کار در بخش‌های مختلف کشاورزی امری پرهیزناپذیر است. چرا که، کسب و کارهای نوپای کشاورزی از نظر ایجاد اشتغال، توسعه نوآوری و بهره‌برداری از فرصت‌های جدید نقش مهمی در موفقیت اقتصادی کشور دارند. اما، با وجود فعالیت مراکز کارآفرینی دانشگاه‌ها و برنامه‌ریزی‌های ذی‌ربط دیگر در چند سال اخیر، تعداد کسب و کارهای نوپای کشاورزی که در

ایران ایجاد شده از متوسط جهانی نیز کمتر بوده است (Naderi et al., 2016). لذا، این احتمال وجود دارد که رویکرد اکوسیستم کارآفرینی در این راستا راهگشا باشد. شواهد نیز حاکی از آن هستند که حمایت‌های محیطی و ایجاد محیط مناسب برای تأثیرپذیری نظام آموزشی در ایجاد و توسعه کسب و کارها بتواند نقش موثری در مسیر کارآفرینی داشته باشد (Toledano & Urbano, 2008; Lee & Peterson, 2000).

### مبانی نظری تحقیق

اکوسیستم کارآفرینی موضوع تعابیر گوناگونی بوده که این امر تا حد زیادی به دلیل پیشینه مفهومی متنوع آن است. استعاره زیستی این تعبیر نخست توسط Moore (۱۹۹۳) طرح شد. زمانی که این گونه بیان کرد: "اکوسیستم‌های کسب و کار از ترکیب چرخه اصلی سرمایه، علاقه مشتری و استعداد ایجاد شده توسط یک نوآوری جدید ایجاد می‌شوند. درست مثل گونه‌های موفق که از منابع طبیعی نور خورشید، آب و مواد مغذی خاک سرچشمه می‌گیرند" (Moore, 1993). این ارتباط با اکوسیستم‌های زیستی نشانگر تعامل و وابستگی‌های متقابل پیچیده‌ای است که اکوسیستم‌های کارآفرینی را شکل می‌دهند. اما، در حالی که این مفهوم ابتدا توسط Moore معرفی شد. این Daniel Isenberg از دانشگاهیان کارآفرینی ایالات متحده آمریکا بود که این مفهوم را به طور خاص میان مخاطبان غیردانشگاهی همه‌گیر و همه‌پسند (Isenberg, 2010, 2011) نمود. در حقیقت، در حالی که این مفهوم می‌تواند چندین ریشه داشته باشد (Mason & Brown, 2014). ریشه‌هایش در ادبیات کسب و کار و جوامع فعالان کسب و کار می‌باشد (Isenberg, 2010; Napier & Hansen, 2011; Feld, 2012). بر این مبنا، این مفهوم به جای نگاهی صرفاً تئوریک چشم‌اندازی کاربردی ارائه می‌دهد (Kantis & Federico, 2012; Isenberg, 2011; Napier & Hansen, 2012). با این حال، هیچ تعریف واحدی از اکوسیستم کارآفرینی که مورد پذیرش عموم باشد، وجود ندارد. اما، تلاش‌های متعددی برای ارائه تعریف از این مفهوم در سال‌های اخیر صورت گرفته است. تعاریف نوعاً اهمیت روابط محلی و دارای وابستگی متقابل میان بازیگران مختلف اکوسیستم را به عنوان عناصر اصلی پیشران عملکرد اکوسیستم‌ها ارائه می‌کنند. Stam (۲۰۱۵) یک تعریف وسیع از اکوسیستم‌های کارآفرینی با عنوان "مجموعه‌ای از بازیگران و عوامل به هم وابسته هماهنگ شده به نحوی که کارآفرینی سازنده را فعال می‌کنند"، ارائه نمود. Brown & Mason (۲۰۱۴) تعریف جامع‌تری از اکوسیستم کارآفرینی ارائه نمودند: "مجموعه‌ای از بازیگران، سازمان‌ها، موسسات و فرایندهای کارآفرینی که به طور رسمی و غیررسمی تلفیق می‌شوند تا عملکرد درون محیط کارآفرینی محلی را به هم متصل، وساطت و مدیریت کنند". به طور مشخص، طبیعت پویا و نظام‌مند این مفهوم در برگیرنده بازیگران، موسسات و فرایندهای گوناگونی (Brown & Mason, 2017) است. قابل ذکر است، این مفهوم در ادبیات به گونه‌های متفاوتی استفاده شده که آن را به نوعی به یک مفهوم آشفته تبدیل کرده است (Martin & Sunley, 2003). گفتنی است، مدل‌های چندی نیز در حوزه اکوسیستم کارآفرینی وجود دارند. با این حال، به زعم Stam & Spigel (۲۰۱۶) "مدل مفهومی اکوسیستم کارآفرینی آیزنبرگ مدلی است که میان سیاستگذاران و رهبران محبوبیت بیشتری دارد". لذا، در این تحقیق مدل اکوسیستم کارآفرینی آیزنبرگ به عنوان مدل پایه تحقیق انتخاب شد. باید اشاره داشت، بنا بر ارجاعات گوناگون، Isenberg اولین اندیشمندی است که به طور ساختارمند و خاص به مقوله اکوسیستم کارآفرینی پرداخته است. وی بر پایه تجارب کلان خود در سال ۲۰۱۰ در مجله هاروارد ایده اصلی اکوسیستم کارآفرینی را به عنوان مجموعه‌ای از اجزاء مشخص و لازم برای فعالیت‌های کارآفرینانه معرفی نمود. طبق نظر Isenberg چنین اکوسیستمی شامل صدها عنصر بوده که می‌توانند در شش قلمرو اصلی سرمایه انسانی، سرمایه مالی، بازار، سیاست، فرهنگ و حمایت گروه‌بندی شوند (Isenberg, 2010). این در حالی است که Regele & Neck (۲۰۱۲) اکوسیستم کارآفرینی را نتیجه تعامل مردم، نقش‌ها، زیرساخت‌ها، سازمان‌ها و حوادثی دانسته‌اند که محیطی را برای بالا بردن سطوح فعالیت کارآفرینانه ایجاد می‌کنند. آنها هفت مولفه مشخص را برای یک اکوسیستم قدرتمند کارآفرینی ارائه داده‌اند که شامل دسترسی به سرمایه، وجود برنامه‌های کارآفرینی

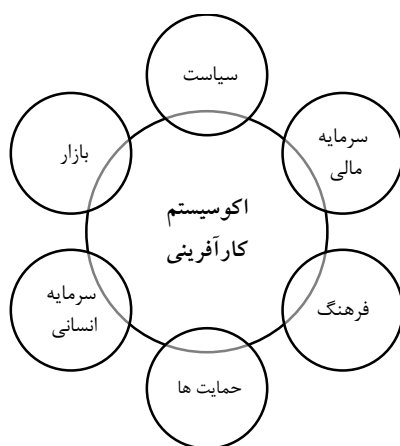
دولت‌مدار، آموزش کارآفرینی، سیاست‌های مساعد، تحقیق و توسعه، زیرساخت‌های تجاری- قانونی و سهولت قوانین ورود به کار می‌باشند. مطابق مطالعات Forfas (۲۰۰۹) نیز جهت موفقیت کارآفرینان اکوسیستم کارآفرینی باید دربرگیرنده مجموعه‌ای از عناصر لازم باشد که عبارتند از: ساختار مناسب بازار، در دسترس بودن منابع مالی، کیفیت بالای سرمایه اجتماعی و انسانی، فرهنگ تحمل شکست و حقوق دارایی قوی در زمان شروع، خروج و فروش کسب و کار و از همه مهمتر میل دولت به ایجاد محیطی توانمند. Suresh & Ramraj (۲۰۱۲) نیز مولفه‌های اصلی اکوسیستم کارآفرینی را در قالب ۸ گروه پشتیبانی اخلاقی، پشتیبانی مالی، پشتیبانی فناوری، پشتیبانی بازار، پشتیبانی اجتماعی، پشتیبانی شبکه، پشتیبانی دولت و پشتیبانی محیطی دسته‌بندی نمودند.

این در حالی است که نظر به محبوبیت بیشتر مدل آیزنبرگ، در مطالعه Davari et al. (۲۰۱۷) با عنوان "عوامل اکوسیستم کارآفرینی ایران بر اساس مدل آیزنبرگ" ابعاد مدل مفهومی از دید خبرگان عبارت بودند از: سیاست (دولت، رهبری)، حمایت‌ها (انجمن‌های صنفی، زیرساخت‌ها)، فرهنگ (داستان‌های موفقیت، هنجارهای اجتماعی)، تأمین مالی، بازارها (مشتریان، شبکه‌ها) و سرمایه انسانی (نیروی کار، موسسه‌های آموزشی). به علاوه، در این مطالعه مشخص شد، به ترتیب حمایت‌ها، سرمایه انسانی، بازارها، فرهنگ، سیاست و تأمین مالی بر اکوسیستم کارآفرینی ایران تأثیرگذار می‌باشند. در مطالعه Marjaee & Pooratashi (۲۰۱۶) نیز ابعاد شش‌گانه مطرح شده در مدل آیزنبرگ (مدل مبنا جهت بررسی مفهوم اکوسیستم) به عنوان مفاهیم اصلی مدل در نظر گرفته شدند و با استفاده از اسناد پژوهشی و نظرات خبرگان آموزش عالی مولفه‌های معرف مفاهیم اصلی کارآفرینی دانشگاهی استخراج و مدل نهایی تلفیقی توسعه داده شد. قابل ذکر است، زیرمولفه‌های اکوسیستم کارآفرینی دانشگاهی بدین شرح بودند: مولفه سیاست شامل: سازمانی، قوانین و مقررات و رهبری و مدیریت، مولفه حمایت شامل: زیرساخت‌ها و تخصص- های پشتیبان، مولفه فرهنگ شامل: ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی و ویژگی‌های روان‌شناختی، مولفه سرمایه مالی شامل: بسترهای اقتصادی و پشتیبانی مالی، مولفه بازار شامل: تعاملات بخشی و فرابخشی و نهادها و شبکه‌های علمی و مولفه سرمایه انسانی شامل: نهادهای آموزشی و پژوهشی، آموزش، پژوهش و فناوری و نیروی کار.

## مواد و روش‌ها

این مطالعه بر مبنای پارادایم کیفی و با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی انجام شده است. تحلیل محتوا یک روش تحقیق برای دستیابی به استنباط‌های تکرارپذیر و معتبر از داده‌های متنی به زمینه‌ای از موارد استفاده‌شان است. این نوع تحلیل دانش و بینش جدیدی فراهم آورده و درصد بازنمایی حقایق و راهنمای عملی برای اقدام است (Krippendorff, 2012). در این مطالعه با استفاده از روش تحلیل محتوا سعی شده است که عناصر مولفه‌های سرمایه انسانی، سرمایه مالی، بازار، فرهنگ، حمایت و سیاست (شش مولفه مدل اکوسیستم کارآفرینی آیزنبرگ) شناسایی شوند و بینش جدیدی در این حوزه خلق گردد. قابل ذکر است، پس از تعیین موضوع و تبیین مسئله تحقیق، تعیین نمونه به عنوان دومین مرحله از فرایند تحلیل محتوا مدنظر قرار گرفت. در مطالعه حاضر متناسب با روش تحقیق کیفی نمونه‌گیری با روش هدفمند انجام گردید. از آنجا که در مطالعات کیفی به طور معمول بین یک تا ۳۰ نمونه (مطلع کلیدی) مدنظر قرار می‌گیرد (Fridlund & Hildingh, 2000). با توجه به هدف تحقیق ۱۵ نفر از فعالان استارت‌آپی و مطلعان کلیدی حوزه کسب و کارهای نوپا در دو بخش خصوصی و دولتی انتخاب شدند. قابل ذکر است که، امروزه اهمیت کسب و کارهای نوپا در بخش کشاورزی بیش از هر زمان دیگری مشخص است. لیکن، برای رسیدن به این مهم فراهم ساختن محیط و شرایط مناسب یا اکوسیستم کسب و کارهای نوپا امری ضروری است. نظر به کم بودن تجربه بخش کشاورزی کشور برای ایجاد چنین اکوسیستمی ضرورت دارد تا با استفاده از آموزه‌های بخش‌های پیشگام و همچنین دانش و تجربیات مالکان، سرمایه‌گذاران، مشاوران و... استارت‌آپ‌های مطرح در سطح کشور اجزای اکوسیستم کسب و کارهای نوپای کشاورزی شناسایی شود. لذا، ۱۵ نفر از فعالان استارت‌آپی و مطلعان کلیدی حوزه کسب و کارهای نوپای بخش‌های پیشگام اکوسیستم برای مطالعه انتخاب و گزینش شدند. مطابق نظر کمیته تحقیق از بخش خصوصی

۱۰ نفر و از بخش دولتی ۵ نفر انتخاب و مصاحبه با آنها به صورت عمیق صورت پذیرفت. مدت مصاحبه‌ها نیز از ۴۵ دقیقه تا ۲ ساعت و ۱۰ دقیقه متغیر بود. لازم به ذکر است، برخی از مشارکت‌کنندگان بر حسب لزوم دوبار مورد مصاحبه قرار گرفتند. در گام بعدی نظر به اهمیت واحد تحلیل برای آغاز کدگذاری و تلخیص واحدهای معنایی (Graneheim & Lundman, 2004)، مصاحبه با هر یک از نفرات مصاحبه شونده در قالب واحد تحلیل انتخاب شد. گفتنی است، واحد معنایی تحقیق حاضر مشتمل بر واژه، جمله یا پاراگرافی بود که مفهومی از مولفه‌های "مدل اکوسیستم کارآفرینی آیزنبرگ" را به ذهن متبادر می‌ساخت. به منظور تحلیل محتوای مصاحبه‌های عمیق صورت گرفته با فعالان استارت‌آپی و مطلعان کلیدی حوزه کسب و کارهای مخاطره-آمیز نوپا از رویه ارائه شده در جدول ۱ استفاده شد. همچنین، به منظور مدیریت و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار MAXQDA12 استفاده گردید. در ادامه شمای گرافیکی مدل اکوسیستم کارآفرینی آیزنبرگ به عنوان مدل مبنای تحقیق آورده شده است.



شکل ۱. اکوسیستم کارآفرینی آیزنبرگ

جدول ۱. روند اجرای تحلیل محتوای مصاحبه‌های عمیق

گام‌ها	فرایند	رویه اجرایی
۱	انتخاب واحدهای معنایی	در این مرحله متن هر مصاحبه دوبار مرور شد و در مرتبه سوم واحد معنایی در قالب واژه، جمله و پاراگراف تعیین شد. استنباط "مفهوم یا معنایی از مولفه‌های مدل اکوسیستم کارآفرینی آیزنبرگ" عنوان معیار اصلی انتخاب واحد معنایی بود. هر واژه، جمله یا پاراگرافی که از آن مفهوم "مولفه‌های مدل اکوسیستم کارآفرینی آیزنبرگ" استنباط می‌شد. در قالب واحد معنایی قلمداد می‌شد.
۲	تلخیص واحدهای معنایی	در این مرحله هر یک از واحدهای معنایی منتخب اعم از (واژه، جمله یا پاراگراف) با حفظ معنا و مفهوم اصلی خود تلخیص شدند. بدین معنا که هر یک از واحدهای منتخب از مرحله قبل با حفظ مفهوم مولفه‌های مدل اکوسیستم کارآفرینی آیزنبرگ در قالب عبارتهای مختصر ارائه شدند.
۳	کدگذاری	در این گام به هر یک از واحدهای معنایی مختصر، یک برچسب مفهومی اطلاق شد که توصیف‌کننده معنای آن واحد بود. این برچسب‌ها در قالب چندین واژه کوتاه انتخاب شدند و مشتمل بر یک یا چند واحد معنایی تلخیص شده با محور مفهومی همسان بودند.
۴	تشکیل خرده مقوله‌ها	برای تشکیل خرده مقوله‌ها به شناسایی کدهای دارای مفاهیم و معنای همسان اقدام شد. طی این مرحله کدهایی که دارای محور معنایی یکسان حول مولفه‌های مدل اکوسیستم کارآفرینی آیزنبرگ بودند. در قالب یک خرده مقوله با نامی مختصر قرار گرفتند. در نهایت خرده مقوله‌هایی که حاکی از مفاهیم همسانی در خصوص مولفه‌های مدل اکوسیستم کارآفرینی آیزنبرگ بودند. در قالب یک مقوله گروه‌بندی شدند.

به منظور کاهش خطاهای تفسیری و افزایش اطمینان از صحت نتایج پژوهش، اعتبار و قابلیت اطمینان یافته‌ها بررسی شد. در واقع، اعتبار با این مفهوم مورد توجه قرار گرفت که نتایج تحقیق به طور دقیق مبین پدیده مورد مطالعه باشد و قابلیت اطمینان در قالب همسانی نتایج از طریق تکرار مدنظر واقع شد (Richards & Morse, 2012). برای تأمین اعتبار و قابلیت اطمینان نتایج از زاویه‌بندی (سه وجهی‌سازی) محقق (Bengtsson, 2016) استفاده شد. در این نوع زاویه‌بندی محققان از طریق همکاری با یکدیگر احتمال بروز اریب‌ها را کاهش می‌دهند. این نوع همکاری در زمینه کدگذاری، تحلیل‌ها و تفسیر مجموعه داده‌ها امکان‌پذیر است (Polit & Beck, 2004). در این مطالعه برای بهره‌گیری از زاویه‌بندی محقق، فرایند کدگذاری و تحلیل اسناد توسط دو تن (محقق و یک تن از اعضای کمیته تحقیق) انجام و از تمرکز صرف بر نظر یک تحلیل‌گر اجتناب شد. در این راستا کدگذاری به صورت مجزا به انجام رسید و سعی شد تا حتی الامکان درک واحدی از مضامین حاصل شود. از دیگر معیارهای بررسی صحت نتایج، توجه به باورپذیری بود. بدین معنا که داده‌ها و فرایندهای تحلیلی تا چه اندازه بر زمینه مدنظر تحقیق تمرکز دارند (Polit & Beck, 2004).

## یافته‌ها و بحث

چنانچه پیشتر اشاره شد، مدل اکوسیستم کارآفرینی آیزنبرگ دارای شش مولفه است. لذا، روند مفهوم‌سازی از مصاحبه‌ها در شش سطح انجام شد. در وهله نخست واحدهای معنایی مستخرج از بطن مصاحبه‌های عمیق به صورت خلاصه شده مفهوم‌سازی شدند. در مرحله بعد واحدهای معنایی در قالب کد خلاصه‌سازی شدند و سپس کدهای دارای بار مفهومی یکسان در قالب خرده‌مقوله‌ها طبقه‌بندی شدند. تشکیل مقوله‌ها از طریق کاهش تعداد واژه‌های خرده‌مقوله‌های هم‌مفهوم بدون آن که معنای آنها تغییر کند، انجام شد. در ادامه به تحلیل واحدهای معنایی مولفه‌های مدل اکوسیستم کارآفرینی آیزنبرگ پرداخته شده است.

### تحلیل واحدهای معنایی مولفه سرمایه انسانی

در جدول ۲ به تحلیل واحدهای معنایی مولفه سرمایه انسانی پرداخته شده است. مطابق نتایج، مولفه سرمایه انسانی دارای چهار خرده‌مقوله "حرکت دانشگاه‌ها در مسیر اکوسیستم"، "آموزش مهارت‌ها در اکوسیستم آموزش کسب و کار دانشگاه‌ها"، "بازنگری در ساختار دانشگاه‌ها" و "پرورش نیروی انسانی" می‌باشد که خرده‌مقوله "حرکت دانشگاه‌ها در مسیر اکوسیستم" در این مضمون از اهمیت به نسبت بالاتری برخوردار است. قابل ذکر است، کدهای "حرکت دانشگاه‌ها در مسیر رشد اکوسیستم"، "توجه به نقش آموزش‌های اعتبارسنجی شده در دانشگاه‌ها جهت رشد اکوسیستم"، "توجه به نقش دوره، کارگاه و رقابت‌های استارت‌آپی در دانشگاه‌ها جهت رشد اکوسیستم" و "همکاری دانشگاه‌ها با نهادهای ذی‌ربط و مرتبط جهت ارائه آموزش‌های کارآفرینی" بیشترین فراوانی‌ها را به خود اختصاص داده‌اند. کدهای "آموزش کار تیمی در اکوسیستم آموزش کسب و کار دانشگاه‌ها"، "آموزش مهارت‌های ارتباطی در اکوسیستم آموزش کسب و کار دانشگاه‌ها" و "آموزش نحوه راه‌اندازی کسب و کار در اکوسیستم آموزش کسب و کار دانشگاه‌ها" از خرده‌مقوله "آموزش مهارت‌ها در اکوسیستم آموزش کسب و کار دانشگاه‌ها" دارای بیشترین فراوانی‌ها می‌باشند. کدهای "تجدیدنظر و اصلاح مأموریت دانشگاه‌ها متناسب با چرخه کارآفرینی"، "تجدیدنظر و بازنگری در ساختار آموزش عالی" و "تجدیدنظر در قوانین ارتقاء اعضای هیأت علمی" از خرده‌مقوله "بازنگری در ساختار دانشگاه‌ها" دارای بیشترین فراوانی‌ها می‌باشند. کدهای "پرورش نیروی انسانی ماهر و خلاق متناسب با نیازهای بازار کار در دانشگاه‌ها"، "پرورش مهارت‌های کارآفرینی نیروی انسانی در دانشگاه‌ها" و "پرورش مربی و منتورهای ماهر در دانشگاه‌ها" از خرده‌مقوله "پرورش نیروی انسانی" نیز دارای بیشترین فراوانی‌ها هستند.



جدول ۲. تحلیل واحدهای معنایی مولفه سرمایه انسانی

مقوله	خرده مقوله‌ها	کدها	فراوانی
سرمایه انسانی	حرکت دانشگاه‌ها در مسیر اکوسیستم	"حرکت دانشگاه‌ها در مسیر رشد اکوسیستم"، "توجه به نقش آموزش‌های اعتبارسنجی شده در دانشگاه‌ها جهت رشد اکوسیستم"	۱۰
		"توجه به نقش دوره، کارگاه و رقابت‌های استارت‌آپی در دانشگاه‌ها جهت رشد اکوسیستم"، "همکاری دانشگاه‌ها با نهادهای ذی‌ربط و مرتبط در ارائه آموزش‌های کارآفرینی"	۸
		"توجه به نقش آموزش‌های مهارتی در دانشگاه‌ها جهت رشد اکوسیستم"، "ایجاد و توسعه دانشگاه‌های کارآفرین"، "ارتباط دانشگاه‌ها با صنعت جهت رشد اکوسیستم"	۵
		"خلق اکوسیستم آموزش کسب و کار در دانشگاه‌ها"، "خلق اکوسیستم کارآفرینی در جوار دانشگاه‌ها"	۴
		"مشخص نمودن متولیان اکوسیستم آموزش کسب و کار در دانشگاه‌ها"، "تعامل مستمر دانشگاه‌ها با محیط‌های کسب و کار جهت رشد اکوسیستم"، "ترغیب دانشجویان جهت فعال بودن در اکوسیستم"، "فراهم نمودن فرصت کسب تجربه کارآفرینی در دانشگاه‌ها"، "تشویق اساتید به پژوهش در مورد مشکلات و مسائل جامعه"، "اجرای پروژه‌های واقعی در دانشگاه‌ها"، "بررسی مسائل اکوسیستم شهری در دانشگاه‌ها"	۲
		"هدف‌گذاری کارآفرینانه مدیران دانشگاه‌ها"، "توجه به کارآفرینی دانشگاهی و توسعه آن"، "حمایت از آموزش از طریق پژوهش در دانشگاه‌ها"	۱
		"آموزش کار تیمی در اکوسیستم آموزش کسب و کار دانشگاه‌ها"	۴
		"آموزش مهارت‌های ارتباطی در اکوسیستم آموزش کسب و کار دانشگاه‌ها"، "آموزش نحوه راه‌اندازی کسب و کار در اکوسیستم آموزش کسب و کار دانشگاه‌ها"	۳
		"آموزش مهارت‌های بازاریابی در اکوسیستم آموزش کسب و کار دانشگاه‌ها"، "آموزش مهارت‌های مالی در اکوسیستم آموزش کسب و کار دانشگاه‌ها"، "آموزش ریسک‌پذیری در اکوسیستم آموزش کسب و کار دانشگاه‌ها"، "آموزش تحمل ابهام و عدم قطعیت در اکوسیستم آموزش کسب و کار دانشگاه‌ها"، "آموزش ثروت‌آفرینی در اکوسیستم آموزش کسب و کار دانشگاه‌ها"	۲
		"آموزش آینده‌نگری و مدیریت آینده در اکوسیستم آموزش کسب و کار دانشگاه‌ها"، "آموزش مهارت‌های رهبری در اکوسیستم آموزش کسب و کار دانشگاه‌ها"، "آموزش مهارت‌های حقوقی در اکوسیستم آموزش کسب و کار دانشگاه‌ها"، "آموزش مهارت‌های مدیریتی در اکوسیستم آموزش کسب و کار دانشگاه‌ها"، "آموزش مهارت‌های فنی در اکوسیستم آموزش کسب و کار دانشگاه‌ها"، "آموزش تفکر خلاق در اکوسیستم آموزش کسب و کار دانشگاه‌ها"، "آموزش تفکر استراتژیک در اکوسیستم آموزش کسب و کار دانشگاه‌ها"	۱
بازنگری در ساختار دانشگاه‌ها	ساختار دانشگاه‌ها	"تجدید نظر و اصلاح مأموریت دانشگاه‌ها متناسب با چرخه کارآفرینی"	۷
		"تجدید نظر و بازنگری در ساختار آموزش عالی"	۶
		"تجدید نظر در قوانین ارتقاء اعضای هیأت علمی"	۴
		"تجدید نظر در ورودی‌های اکوسیستم آموزش کسب و کار دانشگاه‌ها"	۳
		"تجدید نظر و بازنگری در تعداد رشته‌های دانشگاهی"، "تجدید نظر و بازنگری در سیلابس‌های درسی ارائه شده در دانشگاه‌ها"	۲
		"تجدید نظر و بازنگری در اعطای امتیاز مناسب به فعالیت‌های پژوهشی و کارآفرینی اساتید دانشگاه"	۱
		پرورش نیروی انسانی	پرورش نیروی انسانی
"پرورش مهارت‌های کارآفرینی نیروی انسانی در دانشگاه‌ها"	۵		
"پرورش مربی و منتورهای ماهر در دانشگاه‌ها"	۴		
"ایجاد نگاه کسب و کاری در دانشجویان"	۳		
"آموزش کارآفرینی به مدیران دانشگاه‌ها"، "آموزش کارآفرینی به پرسنل دانشگاه‌ها"	۲		

### تحلیل واحدهای معنایی مولفه سرمایه مالی

در جدول ۳ به تحلیل واحدهای معنایی مولفه سرمایه مالی پرداخته شده است.

جدول ۳. تحلیل واحدهای معنایی مولفه سرمایه مالی

مقوله	خرده مقوله‌ها	کدها	فراوانی
سرمایه مالی	دسترسی به منابع مالی متنوع	"دسترسی استارت‌آپ‌ها به منابع مالی متنوع"، "دسترسی استارت‌آپ‌ها به منابع مالی سرمایه-گذاران فرشته"	۳
		"دسترسی استارت‌آپ‌ها به منابع مالی سرمایه‌گذاران خطرپذیر"، "دسترسی استارت‌آپ‌ها به منابع مالی سرمایه‌گذاران حاضر در اکوسیستم آموزش کسب و کار دانشگاه‌ها"، "دسترسی استارت‌آپ‌ها به منابع مالی اولیه معتبر"	۲
		"دسترسی استارت‌آپ‌ها به منابع مالی بانک‌های سرمایه‌گذار حاضر در اکوسیستم استارت‌آپی"، "دسترسی استارت‌آپ‌ها به منابع مالی صندوق‌های نوآوری و شکوفایی"، "دسترسی استارت‌آپ‌ها به منابع مالی بنگاه‌های بزرگ اقتصادی"	۱
تزریق مالی	تزریق مالی	"تزریق منابع مالی مناسب به استارت‌آپ‌ها"	۳
		"همکاری بخش‌های دولتی و خصوصی در تزریق مالی به استارت‌آپ‌ها"	۲
		"تزریق منابع مالی در زمان مناسب به استارت‌آپ‌ها"، "تزریق منابع مالی از سرمایه‌گذاران مناسب به استارت‌آپ‌ها"	۱

مطابق نتایج، مولفه سرمایه مالی دارای دو خرده مقوله "دسترسی به منابع مالی متنوع" و "تزریق مالی" می‌باشد که خرده مقوله "دسترسی به منابع مالی متنوع" در این مضمون به دلیل داشتن کدهای بیشتر از اهمیت به نسبت بالاتری برخوردار است. قابل ذکر است، کدهای "دسترسی استارت‌آپ‌ها به منابع مالی متنوع" و "دسترسی استارت‌آپ‌ها به منابع مالی سرمایه-گذاران فرشته" از خرده مقوله "دسترسی به منابع مالی متنوع" بیشترین فراوانی‌ها را به خود اختصاص داده‌اند. کدهای "تزریق منابع مالی مناسب به استارت‌آپ‌ها" و "همکاری بخش‌های دولتی و خصوصی در تزریق مالی به استارت‌آپ‌ها" از خرده مقوله "تزریق مالی" نیز بیشترین فراوانی‌ها را دارند.

### تحلیل واحدهای معنایی مولفه بازار

در جدول ۴ به تحلیل واحدهای معنایی مولفه بازار پرداخته شده است.

جدول ۴. تحلیل واحدهای معنایی مولفه بازار

مقوله	خرده مقوله‌ها	کدها	فراوانی
بازار	دسترسی به بازار	"دسترسی کارآفرینان به بازارهای محلی"، "دسترسی کارآفرینان به بازارهای ملی"، "دسترسی کارآفرینان به بازارهای فراملی"	۳
		"توجه به جایگزینی واردات در بازار"، "توجه به مقوله رقابت‌پذیری در بازار"، "توجه به زمان ورود به بازار"، "تسهیل در ورود کارآفرینان به بازار"	۲
بازار	شبکه‌سازی	"ایجاد شبکه کارآفرینان ملی"	۴
		"ایجاد شبکه کارآفرینان بین‌المللی"	۳
		"ایجاد شبکه فعالان استارت‌آپی"، "توجه به اقتصاد شبکه‌محور"	۲
		"توجه به مقوله توسعه در زنجیره"	۱
بازار کشور	چهره سیاسی	"نبات در نرخ ارز"	۳
		"کاهش ریسک سیاسی کشور"	۲

مطابق نتایج، مولفه بازار دارای سه خرده مقوله "دسترسی به بازار"، "شبکه‌سازی" و "چهره سیاسی بازار کشور" می‌باشد که خرده مقوله "دسترسی به بازار" در این مضمون از اهمیت بالاتری برخوردار است. قابل ذکر است، کدهای "دسترسی کارآفرینان به بازارهای محلی"، "دسترسی کارآفرینان به بازارهای ملی" و "دسترسی کارآفرینان به بازارهای فراملی" از خرده مقوله "دسترسی به بازار" بیشترین فراوانی‌ها را به خود اختصاص داده‌اند. کدهای "ایجاد شبکه‌های کارآفرینان ملی" و "ایجاد شبکه‌های کارآفرینان بین‌المللی" از خرده مقوله "شبکه‌سازی" نیز بیشترین فراوانی‌ها را دارا می‌باشند. همچنین، کد "ثبات در نرخ ارز" از خرده مقوله "چهره سیاسی بازار کشور" بیشترین فراوانی را دارد.

### تحلیل واحدهای معنایی مولفه فرهنگ

در جدول ۵ به تحلیل واحدهای معنایی مولفه فرهنگ پرداخته شده است.

جدول ۵. تحلیل واحدهای معنایی مولفه فرهنگ

فراوانی	کدها	خرده مقوله‌ها	مقوله
۵	"تغییر نگرش اساتید نسبت به راه‌اندازی استارت‌آپ"	نگرش کارآفرینانه	فرهنگ
۳	"تقویت دیدگاه اقتصادی اعضای هیأت علمی"، "تقویت دیدگاه اقتصادی دانشجویان"		
۲	"رشد و تقویت تفکرات کارآفرینانه اعضای هیأت علمی"، "رشد و تقویت تفکرات کارآفرینانه دانشجویان"، "ایجاد نگرش مثبت نسبت به دانشگاه کارآفرین"		
۷	"توسعه فرهنگ کارآفرینی در جامعه"		
۳	"توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه‌ها"، "توسعه فرهنگ کارآفرینی در نهادهای حرفه‌ای حامی کارآفرینی"	توسعه فرهنگ کارآفرینی	فرهنگ
۲	"تقویت فرهنگ نوآوری در نهادهای حرفه‌ای حامی کارآفرینی"		
۱	"بومی‌سازی مدل در راستای توسعه فرهنگ کارآفرینی"، "تعامل فرهنگی به منظور ایجاد تکامل فرهنگی"		
۱۲	"خلق، افزایش و تکرار داستان‌ها و الگوهای موفق"	الگوهای موفق کارآفرینی	فرهنگ
۶	"پررنگ نمودن نقش کارآفرینان موفق در توسعه فرهنگ کارآفرینی"		
۵	"پررنگ نمودن نقش اکوسیستم استارت‌آپی دانشگاه‌های تراز اول کشور"		
۲	"ارتقاء جایگاه اجتماعی کارآفرینان"		نقش رسانه
۳	"پررنگ نمودن نقش رسانه‌ها جهت رشد اکوسیستم"		
۲	"پررنگ نمودن نقش شبکه‌های اجتماعی جهت رشد اکوسیستم"، "پررنگ نمودن نقش نشریات تخصصی حوزه کارآفرینی جهت رشد اکوسیستم"		

مطابق نتایج، مولفه فرهنگ دارای ۴ خرده مقوله "نگرش کارآفرینانه"، "توسعه فرهنگ کارآفرینی"، "الگوهای موفق کارآفرینی" و "نقش رسانه" می‌باشد که خرده مقوله‌های "نگرش کارآفرینانه" و "توسعه فرهنگ کارآفرینی" در این مضمون از اهمیت بالاتری برخوردار هستند. قابل ذکر است، کدهای "تغییر نگرش اساتید نسبت به راه‌اندازی استارت‌آپ"، "تقویت دیدگاه اقتصادی اعضای هیأت علمی" و "تقویت دیدگاه اقتصادی دانشجویان" از خرده مقوله "نگرش کارآفرینانه" دارای بیشترین فراوانی‌ها می‌باشند. کدهای "توسعه فرهنگ کارآفرینی در جامعه"، "توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه‌ها" و "توسعه فرهنگ کارآفرینی در نهادهای حرفه‌ای حامی کارآفرینی" از خرده مقوله "توسعه فرهنگ کارآفرینی" نیز بیشترین فراوانی‌ها را به خود اختصاص داده‌اند. کدهای "خلق، افزایش و تکرار داستان‌ها و الگوهای موفق"، "پررنگ نمودن نقش کارآفرینان موفق در توسعه فرهنگ کارآفرینی" و "پررنگ نمودن نقش اکوسیستم استارت‌آپی دانشگاه‌های تراز اول کشور" از خرده مقوله "الگوهای موفق کارآفرینی" بیشترین فراوانی‌ها را به خود اختصاص داده‌اند. کد "پررنگ نمودن نقش رسانه‌ها جهت رشد اکوسیستم" از خرده مقوله "نقش رسانه" بیشترین فراوانی را دارد.

## تحلیل واحدهای معنایی مولفه حمایت

در جدول ۶ به تحلیل واحدهای معنایی مولفه حمایت پرداخته شده است.

جدول ۶. تحلیل واحدهای معنایی مولفه حمایت

مقوله	خرده مقوله‌ها	کدها	فراوانی
حمایت	تأمین زیرساخت	"تأمین و تقویت زیرساخت‌های اجتماعی- فرهنگی جهت رشد استارت‌آپ‌ها"	۱۰
		"تأمین فضای فیزیکی مورد نیاز استارت‌آپ‌ها توسط نهادهای متولی"	۴
		"تأمین فضای فیزیکی مورد نیاز استارت‌آپ‌ها توسط دانشگاه‌ها"، "تأمین زیرساخت‌های قانونی جهت رشد استارت‌آپ‌ها"	۳
		"تأمین زیرساخت‌های حقوقی جهت رشد استارت‌آپ‌ها"، "تأمین زیرساخت‌های مالیاتی جهت رشد استارت‌آپ‌ها"	۲
		"تأمین زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات جهت رشد استارت‌آپ‌ها"، "همکاری بخش‌های دولتی و خصوصی در تأمین زیرساخت‌های مورد نیاز استارت‌آپ‌ها"، "تأمین فضای فیزیکی مورد نیاز استارت‌آپ‌ها توسط شرکت‌های بزرگ"	۱
حمایت‌های تخصصی	تأمین زیرساخت	"حضور و کلا و دفاتر حقوقی در اکوسیستم استارت‌آپی"	۵
		"ارائه مشاوره‌های کسب و کار توسط کارشناسان نهادهای حرفه‌ای حامی کارآفرینی"، "تقویت شبکه مشاوران در اکوسیستم استارت‌آپی"	۳
		"ارائه مشاوره‌های حقوقی توسط کارشناسان نهادهای حرفه‌ای حامی کارآفرینی"، "ارائه مشاوره‌های مالیاتی توسط کارشناسان نهادهای حرفه‌ای حامی کارآفرینی"	۲
		"ارائه مشاوره‌های تأمین مالی توسط کارشناسان نهادهای حرفه‌ای حامی کارآفرینی"، "ارائه مشاوره در حوزه برندسازی توسط کارشناسان نهادهای حرفه‌ای حامی کارآفرینی"	۱
حمایت‌های نهادی	تأمین زیرساخت	"نقش و اهمیت نهادهای حرفه‌ای حامی کارآفرینی در رشد اکوسیستم"	۸
		"همکاری نهادهای حرفه‌ای حامی کارآفرینی دولتی و خصوصی جهت رشد اکوسیستم"	۳
		"نقش و اهمیت دفاتر انتقال فناوری و ارتباط با صنعت در رشد اکوسیستم"	۲

مطابق نتایج، مولفه حمایت دارای ۳ خرده مقوله "تأمین زیرساخت"، "حمایت‌های تخصصی" و "نهادهای حرفه‌ای" می‌باشد که خرده مقوله "تأمین زیرساخت" در این مضمون از اهمیت بالاتری برخوردار است. قابل ذکر است، کدهای "تأمین و تقویت زیرساخت‌های اجتماعی- فرهنگی جهت رشد استارت‌آپ‌ها"، "تأمین فضای فیزیکی مورد نیاز استارت‌آپ‌ها توسط نهادهای متولی"، "تأمین فضای فیزیکی مورد نیاز استارت‌آپ‌ها توسط دانشگاه‌ها" و "تأمین زیرساخت‌های قانونی جهت رشد استارت‌آپ‌ها" از خرده مقوله "تأمین زیرساخت" دارای بیشترین فراوانی‌ها می‌باشند. کدهای "حضور و کلا و دفاتر حقوقی در اکوسیستم استارت‌آپی"، "ارائه مشاوره‌های کسب و کار توسط کارشناسان نهادهای حرفه‌ای حامی کارآفرینی" و "تقویت شبکه مشاوران در اکوسیستم" از خرده مقوله "حمایت‌های تخصصی" دارای بیشترین فراوانی‌ها می‌باشند. کدهای "نقش نهادهای حرفه‌ای حامی کارآفرینی در ساخت اکوسیستم" و "همکاری نهادهای حرفه‌ای حامی کارآفرینی دولتی و خصوصی جهت رشد اکوسیستم" از خرده مقوله "نهادهای حرفه‌ای" نیز بیشترین فراوانی‌ها را به خود اختصاص داده‌اند.

## تحلیل واحدهای معنایی مولفه سیاست

در جدول ۷ به تحلیل واحدهای معنایی مولفه سیاست پرداخته شده است.

مطابق نتایج تحلیل محتوا، مولفه سیاست دارای دو خرده مقوله "وضع قوانین" و "رهبری توانمندساز و مشوق" می‌باشد که خرده مقوله "وضع قوانین" در این مضمون به دلیل داشتن کدهای بیشتر از اهمیت به نسبت بالاتری برخوردار است. همچنین، باید اشاره نمود، در خرده مقوله "وضع قوانین" کدهای "تدوین قوانین مناسب جهت رشد اکوسیستم"، "تعدیل در

نظام دریافت مجوزها" و "تعیین نقش دولت در ساخت اکوسیستم" به ترتیب دارای بیشترین فراوانی‌ها می‌باشند. افزون بر این، کدهای "عدم دخالت مستقیم دولت در ساخت اکوسیستم"، "ایجاد جذابیت مالی برای بخش خصوصی جهت ورود به اکوسیستم" و "سرمایه‌گذاری دولت در حوزه‌های دارای مزیت رقابتی" در خرده مقوله "رهبری توانمندساز و مشوق" به ترتیب دارای بیشترین فراوانی‌ها هستند.

به طور کلی در میان مولفه‌های مدل اکوسیستم کارآفرینی از دیدگاه فعالان استارت‌آپی و مطلعان کلیدی حوزه کسب و کارهای مخاطره‌آمیز نوپا اولویت اول را مولفه سیاست به خود اختصاص داده است و بعد از آن مولفه سرمایه انسانی قرار دارد. همچنین، مولفه‌های فرهنگ، حمایت، بازار و سرمایه مالی در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

جدول ۷. تحلیل واحدهای معنایی مولفه سیاست

فراوانی	کدها	خرده مقوله‌ها	مقوله
۹	"تدوین قوانین مناسب جهت رشد اکوسیستم"	وضع قوانین	سیاست
۷	"تعدیل در نظام دریافت مجوزها"		
۶	"تعیین نقش دولت در ساخت اکوسیستم"		
۵	"حذف قوانین دست و پاگیر دولتی"، "تدوین سیاست‌ها و ساختار چاپک"		
۴	"سیاست‌گذاری متناسب با شرایط خاص اکوسیستم"		
۳	"واگذاری سهمی از فعالیت‌های اکوسیستم به بخش خصوصی"، "اعطای مدیریت صندوق‌های مالی به بخش خصوصی"		
۲	"سیاست‌گذاری واحد و متمرکز در حوزه استارت‌آپ‌ها"، "تدوین استراتژی و نقشه راه اکوسیستم"، "تعریف دقیق نقش بازیگران اکوسیستم"، "مطرح کردن تفکر بهبود محیط کسب و کار به عنوان اولویت"، "وضع قوانین جدید به منظور توسعه متوازن"، "حذف بروکراسی‌های دست و پاگیر دولتی"، "افزایش ریسک سرمایه‌گذاری‌های غیرمولد"، "سیال نمودن جریان سرمایه در اکوسیستم"، "اختصاص بودجه کافی جهت رشد اکوسیستم"، "تعیین نرخ بهره بانکی مناسب"، "تغییر در سیاست‌های مالی دولت"، "تغییر در سیاست‌های صادرات و واردات"، "ایجاد صندوق‌های مالی با منابع مالی دولتی و خصوصی"، "شفاف‌سازی در قوانین حوزه اکوسیستم"، "مشخص نمودن متولیان اکوسیستم"		
۱	"تعریف شاخص‌های منطقه‌ای جهت رشد اکوسیستم"، "خوشه‌بندی جغرافیایی فعالیت‌های اقتصادی"، "انجام اقدامات عملیاتی مناسب جهت ساخت اکوسیستم"، "وضع قوانین ثابت در حوزه زیرساخت‌های فناوری جهت رشد اکوسیستم"، "ایجاد بانک اطلاعاتی از استارت‌آپ‌ها"		
۵	"عدم دخالت مستقیم دولت در ساخت اکوسیستم"، "ایجاد جذابیت مالی برای بخش خصوصی جهت ورود به اکوسیستم"	رهبری توانمندساز و مشوق	
۴	"سرمایه‌گذاری دولت در حوزه‌های دارای مزیت رقابتی"		
۳	"حمایت دولت از سرمایه‌گذاران خطرپذیر"، "تشویق سرمایه‌گذاران به سرمایه‌گذاری مشترک با دولت"، "مشارکت دولت با بخش خصوصی در ساخت اکوسیستم"، "برخورد ایجابی و تشویقی با جوانان استارت‌آپی"		
۲	"ایجاد جذابیت مالی به منظور تشویق بازیگران مختلف برای ورود به اکوسیستم"، "تشویق بانک‌ها، نهادهای مالی و بورس به سرمایه‌گذاری در اکوسیستم"، "برقراری ارتباط بین استارت‌آپ‌ها و سرمایه‌گذاران"		
۱	"تشویق نهادهای دولتی جهت حرکت در مسیر اکوسیستم"، "تشویق نهادهای مالی به سرمایه‌گذاری مشترک با بخش خصوصی"، "حمایت از کارآفرینی مولد"، "انجام حمایت‌های موردی توسط سیستم حمایت دولتی"، "تشویق مردم به سرمایه‌گذاری در اکوسیستم"، "سیاست‌گذاری دولت با مشارکت مردم"، "تشویق بانک‌ها به حمایت از ایده‌های فناوران و نوآوران"، "حمایت از شکل‌گیری شتاب‌دهنده‌ها"، "برقراری ارتباط بین بخش خصوصی و صنعت توسط دولت"، "سیاست‌های افقی همچون اعطای سریع وام"، "در نظر گرفتن تنفس برای استارت‌آپ‌ها"		

## بحث و نتیجه‌گیری

هدف اصلی این تحقیق تحلیل محتوای عناصر مدل اکوسیستم کارآفرینی آیزنبرگ در بستر نظام آموزش عالی کشاورزی کشور بود که نتایج زیر را در پی داشت.

مطابق نتایج تحلیل واحدهای معنایی مولفه سرمایه انسانی از مولفه‌های مدل اکوسیستم کارآفرینی (Isenberg (۲۰۱۱)، چهار عامل حرکت دانشگاه‌ها در مسیر اکوسیستم، آموزش مهارت‌ها در اکوسیستم آموزش کسب و کار دانشگاه‌ها، بازنگری در ساختار دانشگاه‌ها و پرورش نیروی انسانی به عنوان عوامل (عناصر) مولفه سرمایه انسانی شناسایی شدند. به عبارتی، از دیدگاه فعالان استارت‌آپی و مطلعان کلیدی حوزه کسب و کارهای مخاطره‌آمیز نوپا عامل‌های نامبرده رشد اکوسیستم کارآفرینی را سرعت می‌بخشد و متعاقب آن توسعه کارآفرینی را در کشور سبب می‌شود. به دیگر سخن، با حرکت دانشگاه‌ها در مسیر رشد اکوسیستم، توجه به نقش آموزش‌های اعتبارسنجی شده در دانشگاه‌ها جهت رشد اکوسیستم، توجه به نقش دوره، کارگاه و رقابت‌های استارت‌آپی در دانشگاه‌ها جهت رشد اکوسیستم، همکاری دانشگاه‌ها با نهادهای ذی‌ربط و مرتبط در ارائه آموزش‌های کارآفرینی، آموزش کار تیمی در اکوسیستم آموزش کسب و کار دانشگاه‌ها، آموزش مهارت‌های ارتباطی در اکوسیستم آموزش کسب و کار دانشگاه‌ها، آموزش نحوه راه‌اندازی کسب و کار در اکوسیستم آموزش کسب و کار دانشگاه‌ها، تجدیدنظر و اصلاح مأموریت دانشگاه‌ها متناسب با چرخه کارآفرینی، تجدیدنظر و بازنگری در ساختار آموزش عالی، تجدیدنظر در قوانین ارتقاء اعضای هیأت علمی، پرورش نیروی انسانی ماهر و خلاق متناسب با نیازهای بازار کار در دانشگاه‌ها، پرورش مهارت‌های کارآفرینی نیروی انسانی در دانشگاه‌ها و پرورش مربی و منتور ماهر در دانشگاه‌ها گام‌های موثری در راستای بهبود محیط کسب و کار و کارآفرینی و ترغیب دانشجویان رشته‌های کشاورزی به راه‌اندازی کسب و کارهای نوپا برداشته می‌شود. گفتنی است، به زعم Davari et al. (۲۰۱۷) نیروی کار و موسسه‌های آموزشی دو عامل مولفه سرمایه انسانی بودند. همچنین، مطابق یافته‌های Marjaee & Pooratashi (۲۰۱۶) نهادهای آموزشی و پژوهشی، آموزش، پژوهش و فناوری و نیروی کار عامل‌های مولفه سرمایه انسانی بودند که در این مطالعه عامل پرورش نیروی انسانی تایید شد.

مطابق نتایج تحلیل واحدهای معنایی مولفه سرمایه مالی از مولفه‌های مدل اکوسیستم کارآفرینی (Isenberg (۲۰۱۱)، دو عامل دسترسی به منابع مالی متنوع و تزریق مالی به عنوان عامل‌های مولفه سرمایه مالی شناسایی شدند. به عبارتی، از دیدگاه فعالان استارت‌آپی و مطلعان کلیدی حوزه کسب و کارهای مخاطره‌آمیز نوپا عامل‌های نامبرده رشد اکوسیستم کارآفرینی را سرعت می‌بخشد و متعاقب آن توسعه کارآفرینی را در کشور سبب می‌شود. به دیگر سخن، با دسترسی استارت‌آپی‌ها به منابع مالی متنوع، تزریق مالی مناسب به استارت‌آپی‌ها و همکاری بخش‌های دولتی و خصوصی در تزریق مالی به استارت‌آپی‌ها گام‌های موثری در راستای بهبود محیط کسب و کار و کارآفرینی و ترغیب دانشجویان رشته‌های کشاورزی به راه‌اندازی کسب و کارهای نوپا برداشته می‌شود. گفتنی است، مطابق یافته‌های Marjaee & Pooratashi (۲۰۱۶) بسترهای اقتصادی و پشتیبانی مالی دو عامل مولفه سرمایه مالی بودند که در این مطالعه عامل تزریق مالی تایید شد.

مطابق نتایج تحلیل واحدهای معنایی مولفه بازار از مولفه‌های مدل اکوسیستم کارآفرینی (Isenberg (۲۰۱۱)، سه عامل دسترسی به بازار، شبکه‌سازی و چهره سیاسی بازار کشور به عنوان عامل‌های مولفه بازار شناسایی شدند. به عبارتی، از دیدگاه فعالان استارت‌آپی و مطلعان کلیدی حوزه کسب و کارهای مخاطره‌آمیز نوپا عامل‌های نامبرده رشد اکوسیستم کارآفرینی را سرعت می‌بخشد و متعاقب آن توسعه کارآفرینی را در کشور سبب می‌شود. به دیگر سخن، با دسترسی کارآفرینان به بازارهای محلی، بازارهای ملی و بازارهای فراملی، ایجاد شبکه کارآفرینان ملی، ایجاد شبکه کارآفرینان بین‌المللی و ثبات در نرخ ارز گام‌های موثری در راستای بهبود محیط کسب و کار و کارآفرینی و ترغیب دانشجویان رشته‌های کشاورزی به راه‌اندازی کسب و کارهای نوپا برداشته می‌شود. گفتنی است، به زعم Davari et al. (۲۰۱۷) مشتریان و شبکه‌ها دو عامل مولفه بازار بودند که در این مطالعه عامل شبکه‌سازی تایید شد.

مطابق نتایج تحلیل واحدهای معنایی مولفه فرهنگ از مولفه‌های مدل اکوسیستم کارآفرینی Isenberg (۲۰۱۱)، چهار عامل نگرش کارآفرینانه، توسعه فرهنگ کارآفرینی، الگوهای موفق کارآفرینی و نقش رسانه به عنوان عامل‌های مولفه فرهنگ شناسایی شدند. به عبارتی، از دیدگاه فعالان استارت‌آپی و مطلعان کلیدی حوزه کسب و کارهای مخاطره‌آمیز نوپا داشتن نگرش کارآفرینانه، توسعه فرهنگ کارآفرینی، توجه به نقش الگوهای موفق کارآفرینی و توجه به نقش رسانه‌ها، رشد اکوسیستم کارآفرینی را سرعت می‌بخشد و متعاقب آن توسعه کارآفرینی را در کشور سبب می‌شود. به دیگر سخن، با تغییر نگرش اساتید نسبت به راهاندازی استارت‌آپ، تقویت دیدگاه اقتصادی اعضای هیأت علمی، تقویت دیدگاه اقتصادی دانشجویان، توسعه فرهنگ کارآفرینی در جامعه، توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه‌ها، توسعه فرهنگ کارآفرینی در نهادهای حرفه‌ای حامی کارآفرینی، خلق، افزایش و تکرار داستان‌ها و الگوهای موفق، پررنگ نمودن نقش کارآفرینان موفق در توسعه فرهنگ کارآفرینی و پررنگ نمودن نقش رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی گام‌های موثری در راستای بهبود محیط کسب و کار و کارآفرینی و ترغیب دانشجویان رشته‌های کشاورزی به راهاندازی کسب و کارهای نوپا برداشته می‌شود. گفتنی است، به زعم Davari et al. (۲۰۱۷) فرهنگ دارای دو عامل داستان‌های موفقیت و هنجارهای اجتماعی بود که در این مطالعه عامل داستان‌های موفقیت تایید شد. مطابق نتایج تحلیل واحدهای معنایی مولفه حمایت از مولفه‌های مدل اکوسیستم کارآفرینی Isenberg (۲۰۱۱)، سه عامل تأمین زیرساخت، حمایت‌های تخصصی و نهادهای حرفه‌ای حامی کارآفرینی به عنوان عامل‌های مولفه حمایت شناسایی شدند. به عبارتی، از دیدگاه فعالان استارت‌آپی و مطلعان کلیدی حوزه کسب و کارهای مخاطره‌آمیز نوپا، تأمین زیرساخت‌های لازم برای استارت‌آپ‌ها، ارائه حمایت‌های تخصصی به آنها و وجود نهادهای حرفه‌ای حامی کارآفرینی رشد اکوسیستم کارآفرینی را سرعت می‌بخشد و متعاقب آن توسعه کارآفرینی را در کشور سبب می‌شود. به دیگر سخن، با تأمین و تقویت زیرساخت‌های اجتماعی - فرهنگی جهت رشد استارت‌آپ‌ها، تأمین فضای فیزیکی مورد نیاز استارت‌آپ‌ها توسط نهادهای متولی، تأمین فضای فیزیکی مورد نیاز استارت‌آپ‌ها توسط دانشگاه‌ها، تأمین زیرساخت‌های قانونی جهت رشد استارت‌آپ‌ها، حضور و کلا و دفاتر حقوقی در اکوسیستم استارت‌آپی، ارائه مشاوره‌های کسب و کار توسط کارشناسان نهادهای حرفه‌ای حامی کارآفرینی، تقویت شبکه مشاوران در اکوسیستم کسب و کار و کارآفرینی، ایفای نقش پررنگ نهادهای حرفه‌ای حامی کارآفرینی در رشد اکوسیستم و همکاری نهادهای حرفه‌ای حامی کارآفرینی دولتی و خصوصی جهت رشد اکوسیستم گام‌های موثری در راستای بهبود محیط کسب و کار و کارآفرینی و ترغیب دانشجویان رشته‌های کشاورزی به راهاندازی کسب و کارهای نوپا برداشته می‌شود. گفتنی است، به زعم Davari et al. (۲۰۱۷) حمایت دارای سه عامل نهادهای غیردولتی، اصناف و زیرساخت‌ها بود. همچنین، مطابق یافته‌های Marjaee & Pooratashi (۲۰۱۶) زیرساخت‌ها و تخصص‌های پشتیبان دو عامل مولفه حمایت بودند که در این مطالعه دو عامل زیرساخت و نهادهای حرفه‌ای تایید شدند.

مطابق نتایج تحلیل واحدهای معنایی مولفه سیاست از مولفه‌های مدل اکوسیستم کارآفرینی Isenberg (۲۰۱۱)، دو عامل وضع قوانین و رهبری توانمندساز و مشوق شناسایی شدند. به عبارتی، از دیدگاه فعالان استارت‌آپی و مطلعان کلیدی حوزه کسب و کارهای مخاطره‌آمیز نوپا وضع قوانین و مقررات و رهبری توانمندساز و مشوق رشد اکوسیستم کسب و کار و کارآفرینی را سرعت می‌بخشد و متعاقب آن توسعه کارآفرینی را در کشور سبب می‌شود. به دیگر سخن، با تدوین قوانین مناسب و تسهیل‌گر، تعدیل در نظام دریافت مجوزها و تعیین نقش دولت در ساخت اکوسیستم و نیز عدم دخالت مستقیم دولت در ساخت اکوسیستم، ایجاد جذابیت مالی برای بخش خصوصی جهت ورود به اکوسیستم و سرمایه‌گذاری دولت در حوزه‌های دارای مزیت رقابتی گام‌های موثری در راستای بهبود محیط کسب و کار و کارآفرینی و ترغیب دانشجویان رشته‌های کشاورزی به راهاندازی کسب و کار نوپا برداشته می‌شود. گفتنی است که مطابق مطالعه Davari et al. (۲۰۱۷) سیاست شامل دو عامل دولت و رهبری بود. همچنین، مطابق یافته‌های Marjaee & Pooratashi (۲۰۱۶) سیاست شامل عامل‌های سازمانی، قوانین و مقررات و رهبری و مدیریت بود که در این مطالعه دو عامل وضع قوانین و رهبری توانمندساز و مشوق تایید شدند.

مطابق اولویت‌بندی مولفه‌های مدل اکوسیستم کارآفرینی از دیدگاه فعالان استارت‌آپی و مطلعان کلیدی حوزه کسب و کارهای مخاطره‌آمیز نوپا، مولفه سیاست اولویت اول را در تسریع رشد اکوسیستم کارآفرینی کشور داشت. به عبارتی، مولفه سیاست و عامل‌های آن یعنی وضع قوانین و رهبری توانمندساز و مشوق اهمیت بسزایی در تسریع رشد اکوسیستم کارآفرینی داشته و موجبات توسعه کارآفرینی را در کشور فراهم می‌کنند که این یافته با یافته‌های Davari et al. (۲۰۱۷) همخوانی نداشت. همچنین، مولفه سرمایه انسانی رتبه دوم را در تسریع رشد اکوسیستم کارآفرینی به خود اختصاص داد. به عبارتی، مولفه سرمایه انسانی و عوامل آن یعنی حرکت دانشگاه‌ها در مسیر رشد اکوسیستم، آموزش مهارت‌ها در اکوسیستم آموزش کسب و کار دانشگاه‌ها، بازنگری در ساختار دانشگاه‌ها و پرورش نیروی انسانی دارای اهمیت فزاینده‌ای در تسریع رشد اکوسیستم کسب و کار و کارآفرینی بوده و موجبات توسعه کارآفرینی را در کشور فراهم می‌کنند که این یافته با یافته‌های Davari et al. (۲۰۱۷) همخوانی داشت. قابل ذکر است که مولفه‌های فرهنگ، حمایت، بازار و سرمایه مالی در رتبه‌های بعدی اهمیت قرار داشتند. به دیگر سخن، عامل‌های نگرش کارآفرینانه، توسعه فرهنگ کارآفرینی، الگوهای موفق کارآفرینی، نقش رسانه (عامل‌های مولفه فرهنگ)، تأمین زیرساخت، حمایت‌های تخصصی، نهادهای حرفه‌ای (عامل‌های مولفه حمایت)، دسترسی به بازار، شبکه‌سازی، چهره سیاسی بازار کشور (عامل‌های مولفه بازار)، دسترسی به منابع مالی متنوع و تزریق مالی (عامل‌های مولفه سرمایه مالی) در تسریع رشد اکوسیستم کارآفرینی در اولویت‌های پایین‌تر نسبت به مولفه‌های سیاست و نیروی انسانی قرار داشتند.

گفتنی است، دانشگاه‌ها مکان‌های منحصر به فرد و استراتژیکی جهت رشد اکوسیستم کارآفرینی هستند. آنها ظرفیت، توانایی و دانش لازم جهت پاسخگویی سریع به نیازهای کسب و کار و اجتماع و طراحی برنامه‌های درسی در راستای تقاضای صنعت را دارند و به عنوان عاملان اقدامات و ابتکارات گسترده جامعه و پیشرفت معنی‌دار توسعه اقتصادی جامعه عمل می‌کنند. در نتیجه، موقعیت دانشگاه‌ها ممکن است نقطه شروع ایده‌آلی برای خلق اکوسیستم کارآفرینی باشد و به عنوان وسیله‌ای جهت شناسایی کارآفرینان بالقوه جامعه عمل کند. با این حال، دانشگاه‌ها همیشه بهترین روش‌های آموزش و مراکز آموزشی را به منظور مجهز نمودن دانشجویان و دانش‌آموختگان کارآفرین با دانش و ابزارهایی که برای موفقیت لازم دارند را ندارند. لذا، تعامل و همکاری همه ذی‌نفعان لازم و ضروری است. از این رو، می‌طلبید که دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی کشاورزی کشور نیز به منظور رشد اکوسیستم کارآفرینی با همه ذی‌نفعان اکوسیستم تعامل نمایند. همچنین، از آنجایی که مطابق نتایج این مطالعه دو مولفه سیاست و سرمایه انسانی از اهمیت بالایی در رشد اکوسیستم کارآفرینی کشور برخوردار بودند. پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:

۱. تدوین قوانین شفاف، آسان و تسهیل‌گر به منظور تشویق دانشجویان رشته‌های کشاورزی کشور برای ورود به اکوسیستم کارآفرینی؛
۲. تعدیل و تنظیم نظام دریافت مجوزها به منظور تشویق دانشجویان رشته‌های کشاورزی کشور برای ورود به اکوسیستم کارآفرینی؛
۳. جلوگیری از دخالت مستقیم دولت در ساخت اکوسیستم کارآفرینی؛
۴. تقویت و افزایش سطح مشارکت بخش خصوصی از طریق واگذاری بخشی از فعالیت‌های حوزه اکوسیستم کارآفرینی (نقل و انتقال دارایی‌ها، تصدی‌ها و مدیریت‌ها و...) توسط دولت؛
۵. ملزم نمودن دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی کشاورزی کشور به ارائه آموزش‌های مهارتی لازم در حوزه کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کارهای نوپا در بخش کشاورزی؛
۶. تجدیدنظر اساسی در مأموریت و ساختار نظام آموزش عالی کشاورزی کشور از طریق تجدید نظر در تعداد رشته‌های دانشگاهی، سرفصل‌های آموزشی، ورودی‌های دانشگاه‌ها و... جهت حرکت در مسیر رشد اکوسیستم کارآفرینی.



## REFERENCES

- Ahookhosh, P. & Alibeigi, A.H. (2017). The factors influencing on educational burnout in students of agriculture and natural resources field in Razi University. *Journal of Agricultural Education Administration Research*, 40, 44-55. (In Persian)
- Aliabadi, V., Movahedi, R. & Papzan, A. (2018). Measure the relative efficiency of the entrepreneurial ecosystem of Agricultural Extension and Education Faculty with the knowledge generation approach of entrepreneurs (Application of Gray Relationship Analysis). *Journal of Agricultural Education Administration Research*, 44, 27-40. (In Persian)
- Abedi, B., Bradaran, M., Khosravi Pour, B., Yaghoobi, J. & Yazdanpanah, M. (2012). Identification the Barriers to Establishing an Entrapreneurial University of Agriculture and Natural Resources Using Basic Theory. *Agricultural Extention and Education Research*, 10(1), 41-52. (In Persian)
- Abdullah Zadeh, Gh., Sharifzadeh, A., Arabioun, A. & Talae, M. (2012). Identify and Prioritize the Topics and Content of Entrepreneurship Training Courses Based on Business Functions. *Journal of Higher Education*, 5(18), 113-89. (In Persian)
- [Azizi](#), M., [Shafizadeh](#), E. & Akbarzadeh, N. (2013). Identification of Entrepreneurial Competencies Required by University Administrators. *Entrepreneurship Development*, 6(2), 27-54. (In Persian)
- Bengtsson, M. (2016). How to plan and perform a qualitative study using content analysis. *NursingPlusOpen*, 2, 8-14.
- Bizhani, M., Fallah Haghighi, N., Karami, Gh., Asgari Ghods, M. & Zand, M. (2015). Investigation of Entrepreneurial Psychological Characteristics and Factors Promoting and Preventing Entrepreneurship in Agricultural Colleges (Case Study: Units of District 5 of Azadeh Islamic University). *Journal of Agricultural Extension and Education Research*, 29, 79-94. (In Persian)
- Brown, R. & Mason, C. (2017). Looking inside the spiky bits: a critical review and conceptualisation of entrepreneurial ecosystems. *Small Bus Econ*, 49, 11-30.
- Davari, A., Sefiedbari, L. & Baghersad, V. (2017). The factors of the Iranian entrepreneurship ecosystem are based on the Eisenberg model. *Entrepreneurship Development*, 10(1), 101-120. (In Persian)
- Dickson, P. H., Solomon, G. T. & Weaver, K. M. (2008). Entrepreneurial selection and success: does education matter?. *Journal of small business and enterprise development*, 15(2), 239-258.
- Erlingsson, C. & Brysiewicz, P. (2017). A hands-on guide to doing content analysis. *African Journal of Emergency Medicine*, 7(3), 93-99.
- Feld, B. (2012). *Startup communities: building an entrepreneurial ecosystem in your city*. Hoboken: Wiley.
- Forfas, F. (2009). *Entrepreneurial Ecosystem: South West Ireland, rethinking entrepreneurship. Baseline Data and Analysis*. South West Ireland. Dublin. 26. Available at: [www.forfas.ie](http://www.forfas.ie).
- Fridlund, B. & Hildingh, C. (2000). Health and qualitative analysis methods. In Fridlund, B. & Hildingh, C. (Eds.). *Qualitative research, methods in the service of health: Studentlitteratur*.
- Graneheim, U. H. & Lundman, B. (2004). Qualitative content analysis in nursing research: concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. *Nurse education today*, 24(2), 105-112.
- [Hadizadeh](#), J., [Saghafi](#), M. & [Fathi](#), A. (2013). Education and Entrepreneurship Development. National Conference on Entrepreneurship (knowledge-based industry), Babolsar, Mazandaran University, May-May. (In Persian)
- Hejazi, Y., Hashemi, S. M., and Malek Mohammadi, E. (2008). Iranian agricultural graduates and agri-business ventures. *American Eurasian Journal of Agricultural and Environmental Science*, 4(3), 311-317.
- Isenberg, D. (2010). How to Start an Entrepreneurial Revolution, Harvard Business Review.
- Isenberg, D. (2011). The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: principles for cultivating entrepreneurship. Presentation at the Institute of International and European Affairs, May 12, 2011, Dublin Ireland. Available on line at <http://entrepreneurialrevolution.com/1-32>
- Kantis, H. D. & Federico, J. S. (2012). Entrepreneurial ecosystems in Latin America: the role of

- policies. In International research and policy roundtable (Kauffman Foundation). Liverpool: UK.
- Krippendorff, K. (2012). Content analysis: An introduction to its methodology. Sage.
- Lee, S. M., and Peterson, S. J. (2000). Culture, entrepreneurial orientation, and global competitiveness. *Journal of world business*, 35(4), 401-416.
- [Marjaei](#), S.H. & [Poorasati](#), M. (2016). Application of University Entrepreneurship in Iranian Universities as a Problem. *Iranian Journal of Social Problems*, 7(2), 251-268. (In Persian)
- Martin, R. & Sunley, P. (2003). Deconstructing clusters: chaotic concept or policy panacea?. *Journal of Economic Geography*, 3(1), 5-35.
- Mason, C. & Brown, R. (2014). Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship. Final Report to OECD, Paris, 30(1), 77-102.
- Moore, J. F. (1993). Predators and Prey: A New Ecology of Competition. *Harvard Business Review*, 71(3), 75-86.
- Morris, M. H., Kuratko, D. F. & Cornwall, J. R. (2013). Entrepreneurship programs and the modern university. Edward Elgar Publishing.
- [Naderi](#), N., [Yousefi](#), Z. & Rezaei, B. (2016). Identifying Strategies to Overcome Barriers to Starting a New Farming Business with a Phenomenological Approach. *Journal of Technology Development*, 4(2), 127-150. (In Persian)
- Napier, G. & Hansen, C. (2011). Ecosystems for Young Scaleable Firms, FORA Group.
- Polit, D. F. & Beck, C. T. (2004). Nursing research: Principles and methods. Lippincott Williams & Wilkins.
- Richards, L. & Morse, J. M. (2012). Readme first for a user's guide to qualitative methods. Sage.
- Regele, M.D. & Neck, H.M. (2012). Entrepreneurship education sub-ecosystem in the United States: opportunities to increase entrepreneurial activity. *Babson College, USASBE*, 52-69.
- Sharifzadeh, M. SH. & Abdollahzadeh, Gh. (2015). Components of Entrepreneurial Education Development in Higher Agricultural Education System. *Journal of Agricultural Education Administration Research*, 32, 96-112. (In Persian)
- Suresh, J. & Ramraj, R. (2012). Entrepreneurial Ecosystem: Case Study on the Influence of Environmental Factors on Entrepreneurial Success.
- Stam, E. (2015). Entrepreneurial Ecosystems and Regional Policy: A Sympathetic Critique. *European Planning Studies*, 1759-1769.
- Stam, E., & Spigel, B. (2016). Entrepreneurial Ecosystems. In R. Blackburn, D. De Clercq, J. Heinonen, & Z. Wang (Eds.). *Handbook for Entrepreneurship and Small Business*. London, UK: Sage.
- Toledano, N. & Urbano, D. (2008). Promoting entrepreneurial mindsets at universities: a case study in the South of Spain. *European Journal of International Management*, 2(4), 382-399.