

## تحلیل عوامل مؤثر بر موفقیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی در کشور

پرویز سعیدی  
دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران  
dr.parvizaeedi@yahoo.com

مجید نصیری\*  
دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران  
mnasiri64@yahoo.com

محسن خسروی  
دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران  
mkhosravi5763@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۸/۳۰

تاریخ اصلاحات: ۱۴۰۱/۰۷/۱۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۸/۰۸

### چکیده

امروزه اهمیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی بیش از هر زمان دیگری است و برای رسیدن به این مهم، فراهم کردن محیط و شرایط مناسب کسب‌وکارهای نوپا ضروری است. هدف پژوهش حاضر تحلیل عوامل مؤثر بر موفقیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی بود. این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از حیث روش اجرا، توصیفی-پیمایشی بود که با رویکرد آمیخته اکتشافی انجام شده است. جامعه آماری در مرحله کیفی ۱۱ نفر از خبرگان دانشگاهی بودند که به روش هدف‌مند و گلوله برفی انتخاب شدند و در مرحله کمی، کلیه کارشناسان کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی کشور به تعداد ۲۰۰ نفر بودند که حجم نمونه مطابق جدول کرجسی و مورگان ۱۳۲ نفر تعیین و برای نمونه‌گیری از روش تصادفی ساده استفاده شد. برای شناسایی عوامل از روش دلفی و برای تحلیل روابط متغیرها از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار Smart PLS3 استفاده شده است. نتایج نشان دادند عوامل مؤثر بر موفقیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی، شامل ۵۱ مؤلفه در قالب ۹ بعد (توانایی‌های فردی، منابع انسانی، عوامل محیطی، فعالیت‌های بازاریابی، مسائل مالی، توسعه محصول، رضایت مشتریان، راهبرد، شبکه‌سازی) می‌باشند. همچنین نتایج معادلات ساختاری نشان دادند توانایی‌های فردی (۰/۳۱۷)، منابع انسانی (۰/۳۵۶)، عوامل محیطی (۰/۴۳۸)، فعالیت‌های بازاریابی (۰/۳۷۸)، مسائل مالی (۰/۴۰۴)، توسعه محصول (۰/۳۹۹)، رضایت مشتریان (۰/۴۱۵)، راهبرد (۰/۳۲۹)، شبکه‌سازی (۰/۴۲۶) بر موفقیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی تأثیر مثبت و معنی‌دار دارند. در نهایت می‌توان گفت: موفقیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی یک راهبرد مهم برای پیش‌برد صنعت کشاورزی به‌شمار می‌رود.

### واژگان کلیدی

موفقیت؛ کسب‌وکارهای نوپا؛ کشاورزی؛ دلفی؛ معادلات ساختاری.

### ۱- مقدمه

حدود ۲۰۰ کسب‌وکار نوپای کشاورزی در حوزه‌های خرید و فروش آنلاین، ارتقاء سطح علمی کشاورزان، روش‌های نوین کشاورزی و تسهیل و بهبود فعالیت‌های مدیریتی، فعال هستند که در میان آنها حدود ۵۰ کسب‌وکار در مرحله رشد قرار دارند. این امر می‌تواند مزایای فراوانی برای کشاورزان در بر داشته باشد [۴]. به همین منظور لازم است که عوامل مؤثر بر موفقیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی در کشور شناسایی شوند، چرا که شناسایی این عوامل می‌تواند در برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌های کلان برای ارتقاء فعالیت‌های کارآفرینانه کشاورزی در کشور کمک شایانی باشد [۵]. بنابراین هدف این تحقیق تحلیل عوامل مؤثر بر موفقیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی فعال در حوزه‌های خرید و فروش آنلاین، ارتقاء سطح علمی کشاورزان، روش‌های نوین کشاورزی و تسهیل و بهبود فعالیت‌های مدیریتی در کشور بوده است.

### ۲- مبانی نظری پژوهش

موفقیت در معنای عام، به‌دست آوردن اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت در هر بخش از زندگی انسان معنا می‌شود [۶]. در دنیای کسب‌وکار، موفقیت واژه‌ای

کسب‌وکارهای زیادی هر ساله در دنیا شروع به کار می‌نمایند اما کمتر از نیمی از کسب‌وکارها ۵ سال یا بیشتر فعال باقی می‌مانند [۲۲] و بقیه موفق به ادامه فعالیت‌هایشان نخواهند شد [۱]. کسب‌وکارهای نوپا بخش جدایی‌ناپذیر فرایند تحول و دگرگونی در بازار هستند و به دلیل ویژگی‌های نوآورانه و رقابتی یکی از بهترین و مؤثرترین مؤلفه‌های اقتصادی می‌باشند [۲۳]، لذا توسعه این کسب‌وکارها سیاستی مهم در ایجاد مشاغل جدید و تسریع در بهبود اوضاع اقتصادی کشورها به‌شمار می‌رود [۱]. در عصر حاضر کشاورزی یکی از بخش‌های مهم اقتصادی کشورها می‌باشد [۲]. بنابراین کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی بیش از هر زمان دیگری دارای اهمیت هستند، زیرا از نظر ایجاد شغل، توسعه نوآوری و بهره‌برداری از فرصت‌های جدید، نقش مهمی در اقتصاد کشور دارند [۳]. اما با وجود فعالیت مراکز کارآفرینی دانشگاه‌ها و برنامه‌ریزی‌های ذی‌ربط دیگر در چند سال اخیر، تعداد کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی که در ایران ایجاد شده از متوسط جهانی نیز کمتر بوده است [۲]. امروزه در کشورمان

\* نویسنده مسئول

پنجه‌شاهی (۱۳۹۹) معتقد است که عوامل موفقیت کسب‌وکارهای نوپای مالی به ترتیب اولویت: بازاریابی و فروش، تیم توسعه محصول، طراحی و تولید، توانایی سازمانی و در نهایت تجاری‌سازی هستند [۱۱].

روشنی و همکاران (۱۳۹۹) نشان دادند عوامل مؤثر بر موفقیت استارت‌آپ‌های فینتک ایران عبارتند از: تفکر راهبردی، توسعه ارتباطات درون سازمانی و تعاملات برون سازمانی، تمرکز بر طراحی و پیاده‌سازی درست عناصر آمیخته بازاریابی و ویژگی‌های بنیان‌گذاران و اعضای تیم [۱۲].

جمشیدنژاد و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیقی نشان دادند مؤلفه اصلی در قالب ۴ دسته عامل‌های آموزشی در زمینه بازاریابی، فرهنگی، کارآفرینی و فنی - تخصصی به‌عنوان پیش‌شران و ۲۵ مؤلفه اصلی در قالب ۴ دسته آموزش حرفه‌ای، دانایی محوری، ارتباطی و مدیریتی به‌عنوان بازدارنده‌های مدیریت موفق شرکت‌های دانش‌بنیان کشاورزی هستند [۱۳].

کردحیدری و همکاران (۱۳۹۸) معتقدند ۱۲ مؤلفه سیاست‌گذاران، مؤسسه‌های آموزش عالی و دانشگاه‌ها، حمایت‌گران، بازارها، عوامل سازمانی، انکوباتورها، شتاب‌دهندگان، سرمایه‌گذاران، نهادها، بازیگران و ذی‌نفعان، فرهنگ و اجتماع و عوامل فردی با در برداشتن ۳۶ مفهوم در ۳ بُعد خرد، میانی و کلان بر توسعه کسب‌وکارهای فناورانه مؤثر هستند [۱۴].

میری‌نژاد و آرامش (۱۳۹۸) نشان دادند بعد سازمانی شامل (مشخصات شرکت، عوامل فناورانه، تولید و عملیات، تحقیق و توسعه، بازاریابی و فروش، منابع، مدیریت، ساختار، سیستم و فرایندهای شرکت، توانمندی و راهبردهای شرکت)، بعد محیطی شامل (سازوکارهای حمایتی، زیرساخت‌ها، عوامل سیاسی و اقتصادی، عوامل اجتماعی و فرهنگی) و بعد فردی شامل (ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و شخصیتی) عوامل موفقیت این کسب‌وکارها هستند [۱۵].

شرفی و همکاران (۱۳۹۸) اعتقاد دارند اصلی‌ترین عوامل تأثیرگذار شامل عوامل درون‌سازمانی (عوامل فردی و خانوادگی مدیر، عوامل مرتبط با بازاریابی، عوامل اقتصادی - مالی، عوامل تولیدی و ویژگی‌های محصول، عوامل مرتبط با ویژگی‌های کسب‌وکار و عوامل ارتباطی و اطلاعاتی) و عوامل برون‌سازمانی (عوامل سیاسی - قانونی، زیرساختی - حمایتی و عوامل مرتبط با مداخلات ترویجی) بوده است [۵].

مه‌دیان و همکاران (۱۳۹۶) در تحقیقی نشان دادند این عوامل شامل راهبرد و سیاست‌گذاری، نیروی انسانی کارآمد، زیرساخت فنی و فرهنگی، شاخص‌های مالی و بودجه، بازاریابی و فروش و رضایت مشتری هستند [۱۶].

غنجدی و خشنودی‌فر (۱۳۹۵) در تحقیقی نشان دادند عملکرد بانک کشاورزی، ویژگی‌های کارآفرینانه مؤسسان کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، میزان استفاده از منابع اطلاعاتی و ارتباطی و مدت فعالیت کسب‌وکار بیشترین تأثیر را بر موفقیت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط کارآفرین در بخش کشاورزی دارند [۱۷].

نادری و همکاران (۱۳۹۵) معتقدند این راهکارهای شامل معرفی کسب‌وکارهای کشاورزی به نهادهای دولتی ذی‌ربط توسط پارک علم و فناوری، حمایت ارگان‌های مرتبط نظیر جهاد کشاورزی، معاونت غذا و دارو برای تأمین

کلیدی است که به حوزه مدیریت ارتباط پیدا می‌کند، هرچند به صراحت بیان نشود. تعریفی جهانی از موفقیت که مقبول همگان باشد وجود ندارد و موفقیت در کسب‌وکار به شیوه‌های گوناگونی تعبیر می‌گردد اما به‌طور عمده قابلیت زیستن مداوم یا طول عمر را به‌عنوان جانشینی برای موفقیت کسب‌وکار در نظر می‌گیرند [۲۲]. کسب‌وکار نوپا<sup>۱</sup> به یک شرکت یا یک مشارکت و یا یک سازمان موقت گفته می‌شود که در جهت جستجوی راه‌حلی برای یک کسب‌وکار مقیاس‌پذیر و تکرارپذیر راه‌اندازی می‌شود [۷]. کسب‌وکار نوپا را یک مؤسسه انسانی است که برای ایجاد یک محصول یا خدمت جدید در شرایط عدم قطعیت فراوان طراحی شده است [۲۴]. در ادامه کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی به تفکیک زنجیره فعالیت‌ها در شکل ۱ آورده شده‌اند.



شکل ۱- فراوانی کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی به تفکیک زنجیره فعالیت‌ها

### ۳- پیشینه پژوهش

با توجه به اهمیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی، در ادامه به مطالعات انجام‌شده در این حوزه پرداخته می‌شود: شهرکی مقدم و فارسیجانی (۱۴۰۱) معتقدند عوامل سازمانی، فناورانه، محیطی و بازاریابی، شایستگی گروهی و شایستگی فردی عوامل تأثیرگذار در ارتقاء و توسعه استارت‌آپ‌ها هستند [۸].

حاجی میررحیمی و همکاران (۱۴۰۰) نشان دادند همکاری مشترک در زیرساخت‌ها، برگزاری همایش‌ها، نمایشگاه‌ها و معرفی ایده‌های جدید کشاورزی، ساختار ارتباطی واحد کسب‌وکار و انتقال اطلاعات بین همکاران، آموزش مستمر نیروی انسانی و مشارکت افراد دارای مهارت، بالاترین اولویت را در رونق اقتصادی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط کشاورزی دارند [۹].

نورمحمدنصرآبادی (۱۳۹۹) نشان داد راهبرد و سیاست‌گذاری، نیروی انسانی کارآمد، مالی و بودجه، زیرساخت فنی و فرهنگی، رضایت مشتری و بازاریابی و فروش بر موفقیت استارت‌آپ‌های حوزه سلامت مؤثر هستند [۱۰].

روش تصادفی ساده استفاده شد. برای شناسایی عوامل از روش دلفی در سه دور و برای تحلیل روابط متغیرها از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر واریانس با نرم‌افزار Smart PLS3 استفاده شده است.

برای سنجش روایی و پایایی مرحله کیفی از معیارهای [۲۹] استفاده شد. در این تحقیق قابلیت اعتبار از طریق بررسی توسط خبرگان صورت گرفت. به این ترتیب که در چند مورد پس از انجام و پیاده‌سازی مصاحبه و پرسشنامه اولیه نیمه باز به همراه تحلیلی از مصاحبه در اختیار فرد مصاحبه شونده قرار گرفت تا از صحت اطلاعات به دست آمده در مصاحبه اطمینان حاصل شود. برای معیار قابلیت ثابت به این منظور سعی شد تا با تهیه شواهد و مدارک کافی در خصوص مؤلفه‌های موفقیت به گونه‌های مشروح و دقیق، رویه‌های مورد مطالعه، زمینه و شرایط پژوهش توصیف گردد. در واقع سعی شد کلیه فعالیت‌های صورت گرفته شامل مراحل کار و چگونگی گردآوری و تحلیل داده‌ها به دقت ثبت شوند. در راستای قابلیت انتقال این معیار به کاربردهای نتایج حاصل از پژوهش اشاره دارد و در راستای اعتبار بیرونی عمل می‌کند و در خصوص قابلیت تأیید بدین معناست که نتایج حاصل از پژوهش توسط استاد یا محقق که نقش راهنمای کار را بر عهده دارد مورد تأیید و صحت قرار بگیرد. این امر به این جهت انجام می‌شود که ممکن است فرایند تحقیق توسط ادراکات شخصی پژوهشگر تحت تأثیر قرار گیرد. در مرحله کمی نیز برای سنجش پایایی از آزمون‌های ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR) و برای روایی همگرا از جذر میانگین واریانس استخراج شده (AVE) و روایی واگرا از روش [۳۰] استفاده شده است. بدین صورت که برای هر یک از متغیرها، ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR) در جدول ۳ و مقادیر جذر میانگین واریانس استخراج شده (AVE) در جدول ۴ و ماتریس همبستگی در جدول ۵، بارهای عاملی مربوط به هر یک از مؤلفه‌ها در جدول ۶ و در ادامه معیار  $Q^2$  در جدول ۷ بیان شده است. در نهایت برای برازش مدل از معیارهای SRMR، d-ULS، d-G و NFI استفاده شده است. این معیارها طبق اعداد مندرج در جدول ۸ آورده شده است.

جدول ۱- مشخصات خبرگان

ردیف	محل فعالیت	نوع همکاری/ تخصص	سابقه کار
۱	دانشگاه تهران	هیأت‌علمی/ آموزش کشاورزی	۲۸ سال
۲	آزاد اسلامی علی‌آباد کتول	هیأت‌علمی/ مدیریت	۲۷ سال
۳	منابع طبیعی ساری	هیأت‌علمی/ کشاورزی	۲۰ سال
۴	منابع طبیعی گرگان	هیأت‌علمی/ کشاورزی	۲۳ سال
۵	آزاد اسلامی تهران مرکز	هیأت‌علمی/ کارآفرینی	۲۷ سال
۶	دانشگاه گنبد	هیأت‌علمی/ کارآفرینی	۲۵ سال
۷	فنی و حرفه‌ای علی‌آباد کتول	هیأت‌علمی/ کشاورزی	۲۲ سال
۸	دانشگاه گیلان	هیأت‌علمی/ مدیریت	۲۵ سال
۹	دانشگاه فردوسی	هیأت‌علمی/ آموزش کشاورزی	۳۰ سال
۱۰	دانشگاه گلستان	هیأت‌علمی/ اقتصاد	۲۲ سال
۱۱	دانشگاه تهران	هیأت‌علمی/ اقتصاد	۲۸ سال

تجهیزات اولیه، تعدیل در سیاست‌ها و تصمیم‌گیری‌های کلان در حوزه کشاورزی، شناخت دقیق مزایای ایده جهت رفع یک مشکل در بخش کشاورزی قبل از شروع فعالیت، حمایت‌های مالی از طرف نهادهای دولتی و غیردولتی جهت تأمین سرمایه در بخش کسب‌وکارهای کشاورزی هستند [۱۸].

ملاشاهی و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیقی نشان دادند تجربه کار کشاورزی مدیران این کسب و کارها، تعداد اعضای خانوار مدیر، میزان وام دریافتی برای احداث کسب و کار، تحصیلات مدیر، سن مدیر، تعداد نیروی کار مشغول در کسب‌وکار، فاصله محل کسب‌وکار تا شهر و مقدار سطح زیرکشت بر موفقیت این کسب‌وکارها تأثیر معنی‌داری داشتند [۱۹].

ورونک شاه و میریام<sup>۱</sup> (۲۰۱۹) در تحقیقی نشان دادند عوامل (بودجه، ارزیابی بودجه، مهارت افزایش منابع مالی، انعطاف‌پذیری) در موفقیت استارت‌آپ تأثیرگذار هستند [۲۳].

دایسی<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۹) معتقدند مهم‌ترین عامل موفقیت شرکت‌های استارت‌آپ "مورد حمایت قرار گرفتن" است [۲۵].

هلنا<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۱۸) در تحقیقی نشان دادند این عوامل شامل اکتساب مهارت و دانش، تمایل به اصلاح ساختارها، تعادل بین مهارت‌های فنی و تجاری استارت‌آپ، کامل نمودن قوانین و مقررات استارت‌آپ می‌باشند [۲۶].

بویونگ<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۱۸) در تحقیقی نشان دادند تجاری‌سازی ایده مهم‌ترین عامل موفقیت است [۲۷].

سورش و رامراج (۲۰۱۲) اعتقاد دارند شاخص‌های اثرگذار بر موفقیت استارت‌آپ عبارتند از: حمایت‌های مالی، دولت، فناوری، بازار، شبکه، حمایت اخلاقی، اجتماعی [۲۸].

با در نظر گرفتن اهمیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی، لیکن تاکنون مطالعه‌ای به صورت جامع به بحث عوامل مؤثر بر موفقیت این کسب‌وکارها با رویکرد آمیخته اکتشافی نپرداخته است بنابراین انجام چنین تحقیقی در راستای توسعه کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی ضروری به نظر می‌رسد.

#### ۴- مواد و روش‌ها

این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از حیث روش اجرا، توصیفی-پیمایشی بود که با رویکرد آمیخته اکتشافی انجام شده است. جامعه آماری در مرحله کیفی ۱۱ نفر (براساس اشباع نظری) از خبرگان دانشگاهی که دارای ویژگی‌هایی نظیر تجربه، تناسب رشته تحصیلی، مدرک تحصیلی، اشتغال به تدریس در دانشگاه، سابقه پژوهشی و تألیفی در این زمینه بودند و به روش هدفمند و گلوله‌برفی انتخاب شدند (جدول ۱). در مرحله کمی، کلیه کارشناسان کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی کشور به تعداد ۲۰۰ نفر بودند (شکل ۱) که حجم نمونه مطابق جدول کرجسی و مورگان ۱۲۷ نفر تعیین ولی برای اطمینان بیشتر ۱۳۲ نفر انتخاب و برای نمونه‌گیری از

1. Vrushank Shah and Miriam
2. Daisy
3. Helena
4. Boyoung

## ۵- یافته‌ها

در این مرحله با یازده نفر از خبرگان، مصاحبه انجام پذیرفت. مصاحبه با خبرگان به صورت الکترونیکی و مجزا به روش دلفی در سه مرحله برگزار شد و سؤال به صورت کتبی پرسیده شد و در مجموع ۵۱ مؤلفه شناسایی گردید که براساس تحلیل عاملی در قالب ۹ بعد توانایی‌های فردی، منابع انسانی، عوامل محیطی، فعالیت‌های بازاریابی، مسائل مالی، توسعه محصول، رضایت مشتریان، راهبرد، شبکه‌سازی تقسیم‌بندی شدند (جدول ۲).

جدول ۲- ابعاد و مؤلفه‌های موفقیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی براساس

مصاحبه با خبرگان

ردیف	ابعاد	مؤلفه‌ها
۱	توانایی‌های فردی	کاریزما/دوستانه‌بودن، ویژگی‌های شخصیتی، مهارت‌های اجتماعی، فرصت‌شناسی، یادگیری، تجربه، دانش فنی، برنامه‌ریزی مناسب، مدیریت منابع انسانی، مدیریت اطلاعات، مدیریت ریسک
۲	منابع انسانی	به‌کارگیری نیروی ماهر، آموزش، توانمندسازی
۳	عوامل محیطی	قوانین و مقررات، حمایت‌های دولت، سیاست‌های دولت، وجود زیرساخت‌ها، حمایت مؤسسات محلی، حمایت خانواده از فرد کارآفرین، فرهنگ‌سازی، نهادسازی
۴	فعالیت‌های بازاریابی	برندسازی، تبلیغات، ترویج، کانال توزیع، داشتن اطلاعات درباره مشتریان بالقوه، حفظ ارتباطات با مشتریان، بازاریابی دیجیتال، حفظ اسناد حسابداری، شیوه انجام معاملات، مدیریت مالی، تامین مالی و جذب سرمایه، حمایت مؤسسات مالی و بانک‌ها، قیمت‌گذاری رقابتی
۵	مسائل مالی	شناخت نیاز مشتریان بازار هدف، همسویی با شریکان، توانایی همسوسازی، توسعه محصول جدید
۶	توسعه محصول	خدمات‌دهی خوب به مشتریان، صداقت، کیفیت محصول، تحلیل رفتار مشتری، تمرکز بر ایجاد وفاداری در مشتری
۷	رضایت مشتریان	راهبرد مناسب تجاری‌سازی، راهبرد بلندمدت کسب‌وکار
۸	راهبرد	ایجاد اعتماد، ارتباطات با دولت، شبکه‌های اجتماعی، سرمایه اجتماعی، شبکه‌های درون سازمانی
۹	شبکه‌سازی	

براساس جدول ۲، فرضیه‌های زیر بیان می‌شود:

- ۱- توانایی‌های فردی بر موفقیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد.
- ۲- منابع انسانی بر موفقیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد.
- ۳- عوامل محیطی بر موفقیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد.
- ۴- فعالیت‌های بازاریابی بر موفقیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد.
- ۵- مسائل مالی بر موفقیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد.
- ۶- توسعه محصول بر موفقیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد.
- ۷- رضایت مشتریان بر موفقیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد.

۸- راهبرد بر موفقیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد.

۹- شبکه‌سازی بر موفقیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد.

جدول ۳- پایایی متغیرها

متغیر	آلفای کرونباخ	CR	AVE
توانایی‌های فردی	۰/۹۰	۰/۹۲	۰/۵۲
منابع انسانی	۰/۷۵	۰/۸۵	۰/۶۶
عوامل محیطی	۰/۸۵	۰/۸۸	۰/۵۹
فعالیت‌های بازاریابی	۰/۸۷	۰/۹۰	۰/۵۷
مسائل مالی	۰/۸۸	۰/۹۱	۰/۶۴
توسعه محصول	۰/۷۵	۰/۸۴	۰/۵۸
رضایت مشتریان	۰/۸۸	۰/۹۱	۰/۶۸
راهبرد	۰/۷۳	۰/۸۱	۰/۶۸
شبکه‌سازی	۰/۸۴	۰/۸۹	۰/۶۲
موفقیت کسب و کارهای نوپا	۰/۹۴	۰/۹۵	۰/۷۰

با توجه به اینکه مقادیر قابل قبول برای ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی، ۰/۷ است [۲۰]. مطابق با جدول ۳، پایایی تأیید می‌شود.

جدول ۴- روایی همگرا

متغیر	میانگین واریانس استخراجی (AVE)
توانایی‌های فردی	۰/۵۲
منابع انسانی	۰/۶۶
عوامل محیطی	۰/۵۹
فعالیت‌های بازاریابی	۰/۵۷
مسائل مالی	۰/۶۴
توسعه محصول	۰/۵۸
رضایت مشتریان	۰/۶۸
راهبرد	۰/۶۸
شبکه‌سازی	۰/۶۲
موفقیت کسب و کارهای نوپا	۰/۷۰

هم‌چنین مقدار قابل قبول برای AVE، ۰/۵ است [۲۱]. مطابق با جدول ۴، روایی همگرا تأیید می‌شود.

جدول ۵- روایی واگرا

متغیر	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
راهبرد	۰/۸۲۷									
توانایی‌های فردی	۰/۵۶۹	۰/۷۲۴								
توسعه محصول	۰/۶۰۰	۰/۶۳۵	۰/۷۶۲							
رضایت مشتریان	۰/۷۴۹	۰/۶۸۵	۰/۷۱۷	۰/۸۲۶						
شبکه‌سازی	۰/۷۸۸	۰/۶۲۲	۰/۶۱۵	۰/۷۶۱	۰/۷۸۸					
عوامل محیطی	۰/۵۹۵	۰/۷۱۲	۰/۶۷۶	۰/۶۹۰	۰/۷۷۳	۰/۵۸۱				
فعالیت‌های بازاریابی	۰/۷۱۳	۰/۷۲۰	۰/۶۸۲	۰/۸۱۰	۰/۷۱۷	۰/۶۵۰	۰/۷۵۹			
مسائل مالی	۰/۶۲۲	۰/۶۲۱	۰/۶۴۲	۰/۶۶۲	۰/۶۵۳	۰/۷۷۳	۰/۷۰۴	۰/۸۰۲		
منابع انسانی	۰/۴۶۵	۰/۷۰۴	۰/۵۷۵	۰/۶۲۳	۰/۴۷۳	۰/۶۹۵	۰/۶۷۸	۰/۶۱۰	۰/۸۱۷	
موفقیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی	۰/۸۰۴	۰/۶۵۵	۰/۷۰۵	۰/۷۸۴	۰/۷۱۸	۰/۷۶۹	۰/۷۱۱	۰/۷۳۱	۰/۷۹۵	۰/۸۳۸

در ادامه طبق جدول ۵، اعداد مندرج در قطر اصلی از مقادیر زیرین خود بیشتر می‌باشند بنابراین روایی واگرا قابل قبول است [۲۱].

ردیف	مؤلفه‌ها	بارعاملی
۵۰	سرمایه اجتماعی	۰/۸۵
۵۱	شبکه‌های درون سازمانی	۰/۸۲

مطابق با جدول ۶، بارهای عاملی مربوط به هر یک از مؤلفه‌ها بالای ۰/۴ هستند، پس در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار می‌باشند.

جدول ۷- ضریب  $Q^2$

متغیر	$Q^2$
راهبرد	۰/۳۵
توانایی‌های فردی	۰/۴۱
توسعه محصول	۰/۳۵
رضایت مشتریان	۰/۵۰
شبکه سازی	۰/۴۲
عوامل محیطی	۰/۳۵
فعالیت‌های بازاریابی	۰/۴۲
مسائل مالی	۰/۴۸
منابع انسانی	۰/۳۵
موفقیت کسب‌وکار های نوپای کشاورزی	۰/۵۸

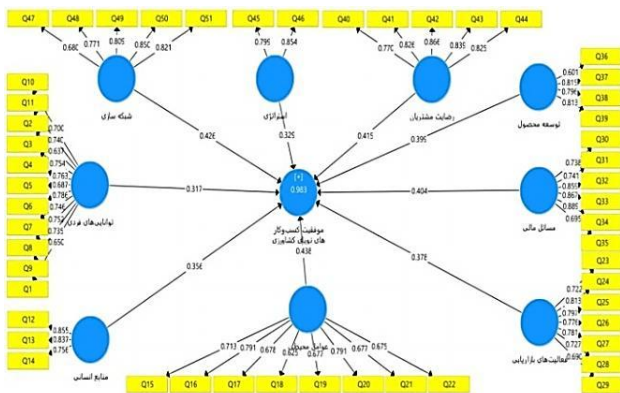
در جدول ۷ معیار  $Q^2$  بیان شده است که قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌کند و بین ۰ و ۱ قرار دارد که هر چه به ۱ نزدیک‌تر باشد بهتر است و در صورتی که مقدار آن در مورد یک سازه درون‌زا سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را کسب نماید، به ترتیب نشان از قدرت پیش‌بینی ضعیف، متوسط و قوی سازه یا سازه‌های برون‌زای مربوط به آن را دارد [۲۰].

جدول ۸- برازش مدل

مقدار محاسبه شده	مقادیر قابل قبول	معیار برازش
۰/۰۷۸	< ۰/۰۸	SRMR
۰/۷۳۵	< ۰/۹۵	d-ULS
۰/۶۲۴	< ۰/۹۵	d-G
۰/۹۱۹	> ۰/۹	NFI

بر اساس جدول ۸ تمامی معیارهای برازش در دامنه مورد قبول، قرار دارند، بنابراین برازش مدل مناسب است.

پس از تأیید مدل، برای آزمون معناداری فرضیه‌ها از دو شاخص ضریب مسیر و t-value استفاده شده است. در سطح اطمینان ۹۵ درصد چنانچه مقادیر آماره t بالاتر از ۱/۹۶ باشد، مسیر تأیید و در صورت کم‌تر بودن مسیر رد می‌شود. در شکل‌های ۱ و ۲، دو حالت ضرایب مسیر و معناداری نشان داده شده است.



شکل ۲- ضرایب مسیر

جدول ۶- نتایج تحلیل عاملی تأییدی (ضرایب مسیر)

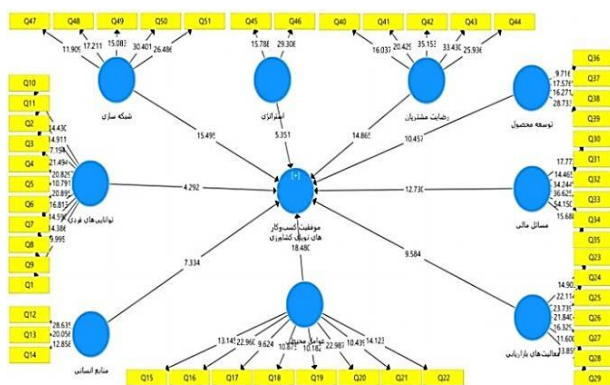
ردیف	مؤلفه‌ها	بارعاملی
۱	کاریزما/ دوستانه‌بودن	۰/۶۵
۲	ویژگی‌های شخصیتی	۰/۶۳
۳	مهارت‌های اجتماعی	۰/۷۵
۴	فرصت‌شناسی	۰/۷۶
۵	یادگیری	۰/۶۸
۶	تجربه	۰/۷۸
۷	دانش فنی	۰/۷۴
۸	برنامه‌ریزی مناسب	۰/۷۵
۹	مدیریت منابع انسانی	۰/۷۳
۱۰	مدیریت اطلاعات	۰/۷۰
۱۱	مدیریت ریسک	۰/۷۴
۱۲	به‌کارگیری نیروی ماهر	۰/۸۵
۱۳	آموزش	۰/۸۳
۱۴	توانمندسازی	۰/۷۵
۱۵	قوانین و مقررات	۰/۷۱
۱۶	حمایت‌های دولت	۰/۷۹
۱۷	سیاست‌های دولت	۰/۶۷
۱۸	وجود زیرساخت‌ها	۰/۶۲
۱۹	حمایت مؤسسات محلی	۰/۶۷
۲۰	حمایت خانواده از فرد کارآفرین	۰/۷۹
۲۱	فرهنگ‌سازی	۰/۶۷
۲۲	نهادسازی	۰/۶۷
۲۳	برندسازی	۰/۷۲
۲۴	تبلیغات	۰/۸۱
۲۵	ترویج	۰/۷۹
۲۶	کنال توزیع	۰/۷۷
۲۷	داشتن اطلاعات درباره مشتریان بالقوه	۰/۷۸
۲۸	حفظ ارتباطات با مشتریان	۰/۷۲
۲۹	بازاریابی دیجیتالی	۰/۶۹
۳۰	حفظ اسناد حسابداری	۰/۷۳
۳۱	شیوه انجام معاملات	۰/۷۴
۳۲	مدیریت مالی	۰/۸۵
۳۳	تأمین مالی و جذب سرمایه	۰/۸۶
۳۴	حمایت مؤسسات مالی و بانک‌ها	۰/۸۸
۳۵	قیمت‌گذاری رقابتی	۰/۶۹
۳۶	شناخت نیاز مشتریان بازار هدف	۰/۶۰
۳۷	همسویی با شریکان	۰/۸۱
۳۸	توانایی همسوسازی	۰/۷۹
۳۹	توسعه محصول جدید	۰/۸۱
۴۰	خدمات‌دهی خوب به مشتریان	۰/۷۷
۴۱	صداقت	۰/۸۲
۴۲	کیفیت محصول	۰/۸۶
۴۳	تحلیل رفتار مشتری	۰/۸۳
۴۴	تمرکز بر ایجاد وفاداری در مشتری	۰/۸۲
۴۵	راهبرد مناسب تجاری‌سازی	۰/۷۹
۴۶	راهبرد بلندمدت کسب‌وکار	۰/۸۵
۴۷	ایجاد اعتماد	۰/۶۸
۴۸	ارتباطات با دولت	۰/۷۷
۴۹	شبکه‌های اجتماعی	۰/۸۰

انسانی با نتایج تحقیقات [۹]، [۱۰]، [۱۲]، [۱۴] و [۱۵] همخوانی دارد. بعد عوامل محیطی با نتایج تحقیقات [۵]، [۸]، [۱۰]، [۱۴] و [۱۵] همخوانی دارد. بعد فعالیت‌های بازاریابی با نتایج تحقیقات [۸]، [۱۰]، [۱۱]، [۱۲] و [۱۳] همخوانی دارد. بعد مسائل مالی با نتایج تحقیقات [۵]، [۱۰] و [۱۹] همخوانی دارد. بعد توسعه محصول با نتایج تحقیق [۵]، [۹] و [۱۱] همخوانی دارد. بعد رضایت مشتریان با نتایج تحقیقات [۱۰] و [۱۴] همخوانی دارد. بعد راهبرد با نتایج تحقیقات [۱۰]، [۱۱]، [۱۲] و [۲۷] همخوانی دارد. بعد شبکه‌سازی با نتایج تحقیقات [۸] و [۲۸] همخوانی دارد.

خروجی بخش دوم که براساس روش معادلات ساختاری انجام شده است، نشان‌دهنده تأثیر مثبت و معنی‌دار عوامل (توانایی‌های فردی، منابع انسانی، عوامل محیطی، فعالیت‌های بازاریابی، مسائل مالی، توسعه محصول، رضایت مشتریان، راهبرد، شبکه‌سازی) به ترتیب به میزان (۰/۳۱۷)، (۰/۳۵۶)، (۰/۴۳۸)، (۰/۳۷۸)، (۰/۴۰۴)، (۰/۳۹۹)، (۰/۴۱۵)، (۰/۳۲۹) و (۰/۴۲۶) بر موفقیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی بود.

در نهایت می‌توان نتیجه گرفت که ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی، به‌عنوان سیاستی مهم در ایجاد مشاغل جدید کشاورزی، تسریع در بهبود اوضاع اقتصادی و رشد کشورها محسوب می‌گردد و موفقیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی یک راهبرد عمده برای پیش‌برد صنعت کشاورزی به‌شمار می‌رود. لذا باید توجه ویژه‌ای به کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی شود، زیرا قادر هستند که خود را با محیط امروزی وفق دهند و ساختار آنها امکان تطبیق با تغییرات و تحولات گسترده و همه‌جانبه را امکان‌پذیر ساخته و حفظ و بقایشان را فراهم می‌آورد. در ادامه برای رسیدن به موفقیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی، پیشنهاداتی ارائه می‌گردد:

- براساس بعد توانایی‌های فردی پیشنهاد می‌شود تعاملات کشاورزان و مدیران کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی بصورت دیدارهای مرتب با هدف تبادل و مدیریت اطلاعات افزایش یابد.
- براساس بعد منابع انسانی پیشنهاد می‌شود از فعالیت‌ها و رویدادهایی که آموزش‌های نوین کشاورزی را به افراد ایده‌محور و سرمایه‌گذاران این بخش می‌دهند، حمایت شود.
- براساس بعد عوامل محیطی پیشنهاد می‌شود سیاست‌های تشویقی و حمایتی جهت ظهور و تجاری‌سازی ایده‌های نوین و اشتغال‌زا در بخش کشاورزی تدوین شوند.
- براساس بعد فعالیت‌های بازاریابی پیشنهاد می‌شود مدیران کسب‌وکار از کارشناسان و مشاوران بازاریابی که توانایی تجزیه و تحلیل فرصت‌های بازار و کسب اطلاعات صحیح و به موقع بازاریابی را دارند، بهره‌گیرند.
- براساس بعد مسائل مالی پیشنهاد می‌شود از طرف وزارت جهاد کشاورزی، صندوق‌های مالی برای کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی قرار داده شده و در بخش خصوصی نیز مؤسساتی شروع به فعالیت کرده و به تأمین مالی طرح‌های ایده‌محور در بخش کشاورزی بپردازند.



شکل ۳- ضرایب آماری t-value

با توجه به شکل‌های ۱ و ۲ و مقادیر جدول ۹، ضرایب مسیر در بازه (۱ و -) و مقادیر t-value خارج از بازه (۱/۹۶ و -۱/۹۶) قرار دارند، بنابراین در سطح اطمینان ۹۵ درصد روابط بین متغیرها تأیید و معنی‌دار شده‌اند.

جدول ۹- نتایج حاصل از یافته‌های تحلیل مسیر

فرضیه‌ها	ضریب مسیر	T-Value	سطح معناداری	نتیجه آزمون
توانایی‌های فردی بر موفقیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد.	۰/۳۱۷	۴/۳۹۲	۰/۰۱۸	تأیید
منابع انسانی بر موفقیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد.	۰/۳۵۶	۷/۳۳۴	۰/۰۱۲	تأیید
عوامل محیطی بر موفقیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد.	۰/۴۳۸	۱۸/۴۸۰	۰/۰۰۰	تأیید
فعالیت‌های بازاریابی بر موفقیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد.	۰/۳۷۸	۹/۵۸۴	۰/۰۰۹	تأیید
مسائل مالی بر موفقیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد.	۰/۴۰۴	۱۲/۷۳۰	۰/۰۰۱	تأیید
توسعه محصول بر موفقیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد.	۰/۳۹۹	۱۰/۴۵۷	۰/۰۰۰	تأیید
رضایت مشتریان بر موفقیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد.	۰/۴۱۵	۱۴/۸۶۵	۰/۰۰۰	تأیید
راهبرد بر موفقیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد.	۰/۳۲۹	۵/۳۵۱	۰/۰۱۴	تأیید
شبکه‌سازی بر موفقیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد.	۰/۴۲۶	۱۵/۴۹۵	۰/۰۰۰	تأیید

#### ۴- نتیجه‌گیری و پیشنهادها

هدف تحقیق حاضر تحلیل عوامل مؤثر بر موفقیت کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی در کشور بوده است. تحقیق حاضر در دو بخش انجام شد که خروجی بخش اول، شناسایی ۵۱ مؤلفه از طریق مصاحبه نیمه ساختارمند با خبرگان در سه مرحله به روش دلفی بود و براساس تحلیل عاملی در قالب ۹ بعد (توانایی‌های فردی، منابع انسانی، عوامل محیطی، فعالیت‌های بازاریابی، مسائل مالی، توسعه محصول، رضایت مشتریان، راهبرد، شبکه‌سازی) تقسیم‌بندی شدند که بعد توانایی‌های فردی با نتایج تحقیقات [۵]، [۸]، [۹]، [۱۲]، [۱۴]، [۱۵] و [۱۷] همخوانی دارد. بعد منابع

- ۱۳- جمشیدزاد، گلاره، واحدی، مرجان، پورسعید، علیرضا، و چهارسوقی، حامد. پیشران‌ها و پسران‌های آموزشی مؤثر بر مدیریت توسعه شرکت‌های دانش بنیان کشاورزی غرب کشور، پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۱۵(۱):۲۷-۹، ۱۳۹۹.
- ۱۴- کردحیدری، راحیل، منصوری موید، فرشته، و خدادادحسینی، حمید. فزاینده‌های عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای فناورانه نوپا در اکوسیستم کارآفرینی. توسعه کارآفرینی، ۱۱(۱): ۱۶۰-۱۴۱، ۱۳۹۸.
- ۱۵- میری‌زاده، نسیم، و آرامش، حامد. تحلیل عوامل کلیدی موفقیت کسب‌وکارهای نوپا در شرکت‌های مستقر مراکز رشد و پارک علم و فناوری استان سیستان و بلوچستان، همایش ملی اقتصاد، مدیریت توسعه و کارآفرینی با رویکرد حمایت از کالای ایرانی. زاهدان، ۱۳۹۸.
- ۱۶- مهدیان، یاسمن، عالیخانی، علی، و نیک‌قدم حجتی، ساناز. شناسایی و رتبه‌بندی عوامل تأثیرگذار بر موفقیت استارت‌آپ‌ها. کنفرانس ملی پژوهش‌های نوین در مدیریت و حسابداری. اصفهان، ۱۳۹۶.
- ۱۷- غنجی، مستانه، و خشنودی‌فر، زهرا. تحلیل عوامل مؤثر بر موفقیت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط کارآفرین در بخش کشاورزی شهرستان فراهان. فصلنامه مدیریت کسب‌وکار، ۸(۲۹): ۱۷-۱، ۱۳۹۵.
- ۱۸- نادری، نادر، یوسفی، زهرا، و رضایی، بیژن. شناسایی راهکارهای غلبه بر موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی با رویکرد پدیدارشناسانه، مدیریت توسعه فناوری، ۴(۳): ۱۵۰-۱۲۷، ۱۳۹۵.
- ۱۹- ملاشاهی، غلامعباس، ظریفیان، شاپور، و سارانی، ولی‌اله. عوامل مؤثر بر موفقیت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط زراعی و باغی شهرستان زابل، تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، ۴۶(۲): ۷۴۸-۷۳۹، ۱۳۹۴.
- ۲۰- آذر، عادل، و خسروانی، فرزانه. تحقیق در عملیات نرم. انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، تهران، ۱۳۹۸.
- ۲۱- داوری، علی، و رضازاده، آرش. مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS. انتشارات جهاد دانشگاهی، تهران، ۱۳۹۷.
- 22- Alfred, A, Richard, A, George, O, and Justina, A. Success Factors for Micro and Small Agribusiness Enterprises (MSES) - The Case of Ghana. Journal of Agribusiness and Rural Development, 1(47):5-12, 2018.
- 23- Vrushank Shah, A and Miriam, M. Predicting the success of a startup company. semantic scholar, 1(1), 2019.
- 24- Ries, E. The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Continuously Innovate to Create Radically Successful Businesses, New York: Crown Business, 2011.
- 25- Daisy, M, Yusmani, M and Sabai, Kh. The Role of Support on Start-Up Success: A PLS-SEM Approach. Asian Academy of Management Journal, 24(1): 43-59, 2019.
- 26- Helena, S, Pavla, K, and Hana, U. Success Factors for Start-ups Related to Agriculture, Food and Nutrition and Their Relevance to Education. Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis, 66(3):791-801, 2018.
- 27- Boyoung, K, Hyojin, K and Youngok, J. Critical Success Factors of a Design Startup Business. Sustainability, 10(1):1-15, 2018.
- 28- Suresh, J and Ramraj, R. Entrepreneurial Ecosystem: Case Study on the Influence of Environmental Factors on Entrepreneurial Success. European Journal of Business and Management, 4(16):95-101, 2012.
- 29- Lincoln, Y.S, and Guba, E.G. Effective Evaluation. Jossey-Bass, San Francisco, 1981.
- 30- Fornell, C, and Larcker, D.F. Structural equation models with unobservable variables and measurement error. Journal of Marketing Research. 18(1):39-50, 1981.

- براساس بعد توسعه محصول پیشنهاد می‌شود قبل از ورود به بازار، اطلاعاتی در مورد مشتریان بالقوه و نیازهای آن‌ها جمع‌آوری شود و براساس دیدگاه آنان محصول جدید توسعه داده شود.
- براساس بعد رضایت مشتریان پیشنهاد می‌شود با برقراری ارتباط با مشتری پس از انجام فرایند خرید، راه‌هایی که بتوانند کسب‌وکار را در نظر مشتری همچنان ارزشمند نگاه دارند، یافت.
- براساس بعد راهبرد پیشنهاد می‌شود یک سند چشم‌انداز برای بخش کشاورزی در نظر گرفته شود، آن موقع تمام تلاش مسئولین، بر این می‌شود که طبق آن سند عمل کرده و در نتیجه شاهد پیشرفت‌های قابل توجهی خواهیم بود.
- براساس بعد شبکه‌سازی پیشنهاد می‌شود شبکه ترویج کشاورزی کشور با مشارکت بخش خصوصی، تعاون، تشکلهای غیردولتی کشاورزی و غیره در تعامل تنگاتنگ با مراکز آموزشی و تحقیقاتی و دستگاه‌های اجرایی در راستای تسهیل توسعه کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی ساماندهی و تقویت شود.

## ۷- مراجع

- ۱- نادافی، راضیه، و احمدوند، مصطفی. شناسایی و اولویت‌بندی پیشران‌های توسعه کسب‌وکارهای نوپا با استفاده از روش‌شناسی کمی. توسعه کارآفرینی، ۱۰(۳): ۵۳۴-۵۱۷، ۱۳۹۶.
- ۲- موحّد محمدی، حمید، معتمدی نیا، زهره، رضوانفر، احمد، علم بیگی، امیر، و مهدی‌زاده، حسین. مدل سرعت بخش رشد بوم سامانه کارآفرینی کشاورزی دانشگاهی از دیدگاه خبرگان کسب‌وکارهای نوپا. پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۱۱(۵۰): ۵۹-۳۹، ۱۳۹۸.
- ۳- یوسفی، زهرا، نادری، نادر، و رضایی، بیژن. عوامل مؤثر بر ادامه فعالیت و رشد شرکت‌های نوظهور کشاورزی. مدیریت نوآوری، ۵(۴): ۱۸-۱، ۱۳۹۵.
- ۴- نادری، نادر، یوسفی، زهرا، و رضایی، بیژن. پدیدارشناسی موانع ایجاد و راه‌اندازی استارت‌آپ‌های کشاورزی. راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، ۳(۵): ۴۶-۳۵، ۱۳۹۵.
- ۵- شرفی، لیدا، رضایی، روح‌اله، میرکزاده، علی‌اصغر، و کرمی‌دهکردی، اسماعیل. طراحی مدل پایداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط کشاورزی در استان کرمانشاه. پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی، ۱۲(۲): ۲۴-۱۱، ۱۳۹۸.
- ۶- جلیلی، مرضیه. ارائه مدل موفقیت کسب‌وکارهای نوپا در ایران با استفاده از رویکرد پویایی‌شناسی سیستم. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشگاه الزهراء، ۱۳۹۵.
- ۷- سخدری، کمال، زارعی، بهروز، و صادقی، بهزاد. تحلیل مدل رفتاری کسب‌وکارهای نوپا با استفاده از مدل توسعه مشتری (کسب‌وکارهای نوپای مستقر در شتاب‌دهنده‌های شهر تهران). توسعه کارآفرینی، ۱۰(۳): ۴۱۵-۳۹۵، ۱۳۹۶.
- ۸- شهرکی‌مقدم، شایان، و فارس‌جانی، حسن. شناسایی عوامل تأثیرگذار در ارتقا و رشد استارت‌آپ‌ها، رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، ۶(۸۴): ۲۲۴۹-۲۲۳۴، ۱۴۰۱.
- ۹- حاجی میرحیمی، سیدداود، و موسوی داویدجانی، سیدروح‌اله. تأثیر سرمایه‌های انسانی و اجتماعی در رونق اقتصادی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط کشاورزی استان البرز، پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۵۶(۱): ۵۵-۳۳، ۱۴۰۰.
- ۱۰- نورمحمدنصرآبادی، غلامرضا. شناسایی و اولویت‌بندی عوامل کلیدی موفقیت استارت‌آپ‌ها (حوزه سلامت)، مطالعات مدیریت، مالی و اقتصادی، ۲(۲): ۲۶-۲۰، ۱۳۹۹.
- ۱۱- پنجه‌شاهی، مهدی. شناسایی و اولویت‌بندی عوامل حیاتی موفقیت کسب‌وکارهای نوپای مالی (مورد مطالعه شرکت‌های نوپای مالی در استان تهران)، مطالعات مدیریت و حسابداری، ۶(۲): ۱۴۵-۱۱۴، ۱۳۹۹.
- ۱۲- روشنی، عارفه، رحیمی نیک، اعظم، و ودادی، احمد، و غلامزاده، داریوش. تدوین الگوی موفقیت استارت‌آپ‌های فینتک ایران با رویکرد ارزش آفرینی برای جامعه، جامعه‌شناسی آموزش و پرورش، ۱۳(۲): ۹۱-۷۹، ۱۳۹۹.