

Providing Structural Model for Entrepreneurial Opportunities Recognition among Producers of Herbal Plants North Khorasan

Abstract

Since agriculture is considered as one of the key sectors of country's economy, lack of entrepreneurial studies in agriculture and specifically in the area of identifying entrepreneurial opportunities regarded as the most fundamental and primary step in entrepreneurship process intensifies the importance of addressing the subject. Thus, this research was aimed to provide structural model for identifying entrepreneurial opportunities among Herbal plant producers in North Khorasan province. The statistical population of this study was all the herbal plant producers in North Khorasan province in 1398 comprising of 1350 active units, of which due to total knowledge of population, 209 were selected in levels as the statistical samples by the proportional allocation method. Lack of producers' information list resulted in carrying out the samples selection with the help of available method. The main instrument for data collection was a questionnaire made by the researcher validity of which was evaluated by experts' panel, and its reliability using Cronbach's alpha coefficient and composite reliability index was analyzed and confirmed due to the fact that the rate was higher than 0.7 for all the constructs. Data were analyzed using partial least squares method and Smart pls software. Findings showed that social network and social capital besides having a direct, positive and significant effect on entrepreneurial self-efficacy, through this construct and indirectly have a positive and significant effect on identifying entrepreneurial opportunities. Also, social network, social capital, self-image, and prior knowledge having direct, positive, and significant impact on identifying entrepreneurial opportunities resulted in a direct, positive and significant impact on identifying entrepreneurial opportunities. In addition, entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial consciousness have a direct, positive and significant effect on identifying entrepreneurial opportunities.

Keywords: Identifying Entrepreneurial Opportunities, Herbal Plants, Agricultural Entrepreneurship, North Khorasan.

EXTENDED ABSTRACT

Objectives

This research was aimed to provide structural model for identifying entrepreneurial opportunities among Herbal plant producers in North Khorasan province which was achieved through the specific goals below.

- Investigating the individual and professional characteristics of medicinal plant producers
- Investigating the role of social network on identifying entrepreneurial opportunities
- Investigating the role of social capital on identifying entrepreneurial opportunities
- Investigating the role of entrepreneurial awareness on identifying entrepreneurial opportunities
- Investigating the role of individual entrepreneurial characteristics on identifying entrepreneurial opportunities

Methodology

This research was aimed to provide structural model for identifying entrepreneurial opportunities among Herbal plant producers in North Khorasan province. This research in terms of purpose is applied and in type of collecting data, it is a survey type. The statistical population of this study was all the herbal plant producers in North Khorasan province in 1398 comprising of 1350 active units, of which due to total knowledge of population, 209 were selected in levels as the statistical samples by the proportional allocation method. Lack of producers' information list resulted in carrying out the samples selection with the help of available method. The main instrument for data collection was a questionnaire made by the researcher validity of which was evaluated by experts' panel, and its reliability using Cronbach's alpha coefficient and composite reliability index was analyzed and confirmed due to the fact that the rate was higher than 0.7 for all the constructs. Data were analyzed using partial least squares method and Smart pls software.

Results

The overall results of the study showed that the five structures of self-monitoring, prior knowledge, self-concept, social network and social capital, explained a total of approximately 29% of the variance changes in entrepreneurial self-efficacy. Also, six structures of self-regulatory, prior knowledge, self-concept, entrepreneurial self-efficacy, social networking, and social capital accounted for a total of approximately 49% of variations in the entrepreneurial awareness variance. Finally, the two structures of entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial awareness explained a total of approximately 31% of variance changes in identifying entrepreneurial opportunities.

Discussion

Based on the research findings, suggestions and strategies should be considered to help policymakers, planners and managers of various organizations related to medicinal plants and rural issues.

- 1) Since the variable of entrepreneurial awareness has a significant effect on opportunity identification, it can be concluded that any factor that increases entrepreneurial awareness can help improve the business environment of medicinal plants. According to Kirzner (1997), opportunity arises outside the entrepreneur, and what identifies the opportunity is the relevant capabilities that the entrepreneur has acquired in his or her entrepreneurial path. Therefore, it is suggested that in the empowerment program of local communities, the Ministry of Jihad Agriculture and other agencies pay special attention to this issue as a goal. In this regard, the formation of communities, producers of medicinal plants and their organization will play a decisive role that will cause the publication of entrepreneurial opportunities. This is reinforced when we know that social capital also has a large effect on entrepreneurial awareness.
- 2) The results of the study showed that entrepreneurship has a social context, because the variables of social capital and social network have a decisive role in entrepreneurial awareness. Therefore, in the field of entrepreneurship development programs, in addition to paying attention to individual capacities, special attention should be paid to the development of local capacity. For example, setting up local innovation fund can be helpful. It is also suggested that through the use of communication media used among the producers of medicinal plants, they should do something in order to share and benefit from the experiences of top producers and obtain accurate information, then this can help mobilize producers' resources and knowledge by developing a social network in the region.
- 3) The results showed that individual factors, including self-perception and previous knowledge, are also effective in identifying the opportunity for entrepreneurship through entrepreneurial awareness. Therefore, it is suggested that while observing the principles of adult education according to what is proposed in Andragoji, the factor of experience and self-concept in designing entrepreneurship training programs in the region should be considered more than before. In this regard, educational-promotional classes for medicinal plant producers address psychological issues in order to create positive thinking through self-confidence in the implementation of mental ideas and issues related to the production and marketing of medicinal plants such as capability in finding new solutions to differentiate your products from others and responding well to market needs and being superior to other manufacturers.
- 4) Research results have shown that entrepreneurial self-efficacy depends on social context and individual factors are not effective. Therefore, it can be shown that providing a role model in the development of entrepreneurship in the region has played an effective role, so holding entrepreneurial events by introducing business pioneers of medicinal plants with a focus on market development can be an important step in developing entrepreneurial capacities. Also, according to Scott Shane's (2000) General Entrepreneurship Theory, identifying opportunity finds meaning on both the individual and community axes, and the results of the present study show that the social context is more effective than the individual context. Therefore, designing a farm identification card and introducing local capacities in an electronic portal can be very effective in introducing modeling farms.

ارائه مدل ساختاری شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در بین تولیدکنندگان گیاهان دارویی استان خراسان شمالی

چکیده

از آن جایی که کشاورزی یکی از بخش‌های کلیدی اقتصاد کشور محسوب می‌شود؛ جای خالی مطالعات کارآفرینی در زمینه کشاورزی و به ویژه در حیطه شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه که از آن به عنوان اصلی‌ترین و اولین گام در فرآیند کارآفرینی یاد می‌شود، ضرورت پرداختن به این موضوع را آشکار می‌کند. از این رو پژوهش حاضر با هدف ارائه مدل ساختاری شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در بین تولیدکنندگان گیاهان دارویی استان خراسان شمالی انجام شد. جامعه آماری این پژوهش کلیه تولیدکنندگان گیاهان دارویی استان خراسان شمالی به تعداد ۱۳۵۰ واحد فعال در سال ۱۳۹۸ بودند که با معلوم بودن حجم جامعه، نمونه‌گیری به صورت طبقه‌ای با انتساب متناسب صورت گرفت و تعداد ۲۰۹ تن به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. روش انتخاب نمونه‌ها با توجه به عدم وجود فهرست اطلاعات تولیدکنندگان به شکل در دسترس انجام گرفت. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها، پرسشنامه محقق ساخته بود که روایی آن با استفاده از نظرات پنل متخصصان و پایایی پرسشنامه با ضریب آلفای کرونباخ و شاخص پایایی ترکیبی مورد بررسی قرار گرفت که برای تمامی سازه‌ها بالاتر از ۰/۷ بوده و تأیید شد. داده‌ها با استفاده از روش آماری حداقل مربعات جزئی و نرم‌افزار Smart pls تحلیل شدند. یافته‌های این مطالعه نشان داد، شبکه اجتماعی و سرمایه اجتماعی ضمن داشتن تأثیر مستقیم، مثبت و معنی‌دار بر خودکارآمدی کارآفرینانه، از راه همین سازه به طور غیرمستقیم تأثیر مثبت و معنی‌داری بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه دارد. همچنین، شبکه اجتماعی، سرمایه اجتماعی، تصور از خود و دانش پیشین با تأثیر مستقیم، مثبت و معنی‌دار بر هوشیاری کارآفرینانه باعث تأثیرگذاری غیرمستقیم، مثبت و معنی‌داری بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه هم شدند. علاوه بر این، خودکارآمدی کارآفرینانه و هوشیاری کارآفرینانه تأثیر مستقیم، مثبت و معنی‌داری بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه هم داشتند.

واژه‌های کلیدی: شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه، گیاهان دارویی، کارآفرینی کشاورزی، خراسان شمالی.

مقدمه

بخش، در محیط‌های متنوع اقتصادی همواره با ایده‌های جدیدی در راستای پیشبرد فعالیت‌های خود روبه‌رو باشند (AlikhaniDad Vokalai and Asgharnejad, 2014). اما ایده به تنهایی منجر به توسعه اقتصادی بخش کشاورزی نخواهد شد، ایده فقط یک توانایی و برتری درونی محسوب می‌شود. بنابراین، برای به عمل درآوردن ایده، باید آن را به فرصت تبدیل کرد؛ جای خالی مطالعات کارآفرینی در زمینه کشاورزی و به ویژه در حیطه شناسایی فرصت، ضرورت پرداختن به این مهم را آشکار می‌کند. گرچه در سال‌های اخیر به منظور حل این مشکل، بحث کارآفرینی کشاورزی و کارآفرینی روستایی در کشور مطرح شده است (Klager and Aghai, 2014). اما آمارهای موجود حاکی از آن است که در این خصوص پیشرفت چندانی حاصل نشده است. در تأیید این ادعا، می‌توان به آمار مربوط به رتبه‌بندی کشورهای مختلف جهان، بر اساس گزارش برنامه پژوهشی ارزیابی شاخص‌های کارآفرینی در ایران بر اساس مدل دیده‌بان جهانی کارآفرینی در سال ۱۳۹۸ که ۵۰ کشور در اجرای برنامه مطالعاتی دیده‌بان جهانی کارآفرینی شرکت کرده بودند، استناد کرد (Global

کارآفرینی، روشی بهینه برای رسیدن به توسعه اقتصادی و ایجاد فرصت‌های شغلی و کاهش معضل بیکاری به شمار می‌رود، (Turker and Selcuk, 2009). کارآفرینان همواره نقش مهمی در پیشرفت جوامع بر عهده دارند، این نقش مهم کارآفرینان را می‌توان این‌گونه بیان کرد که آن‌ها همواره در جست و جوی فرصت‌ها هستند؛ تغییر را امری معمولی و متداول به شمار می‌آورند، از تغییر به عنوان یک فرصت بهره می‌برند (Ramirez, 2010) و با نوآوری و خلق چیزی که جدیدتر و بهتر است به جامعه کمک می‌کنند (Koe, 2012)؛ کارآفرینی یک روش تفکر و عمل مبتنی بر فرصت است (Jena and Sahoo, 2014). امروزه، این باور در بسیاری از صاحب‌نظران به وجود آمده است که توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی، قادر به حل بسیاری از مشکلات موجود در این بخش است و کشاورزی در راستای رشد و توسعه در ابعاد مختلف، اهمیت زیادی دارد (Klager and Aghai, 2014). از طرفی، بخش کشاورزی قابلیت ارتباط مستقیم با مصرف‌کننده را دارد. این ویژگی‌ها در بخش کشاورزی سبب شده است که فعالان این

به این فعالیت‌ها را مورد بررسی قرار می‌دهد. بر اساس شاخص کارآفرینی رتبه ایران در سال ۱۳۹۸ در فازهای چندگانه فعالیت کارآفرینانه در مقایسه با سایر کشورها، به صورت جدول (۱) است.

(Entrepreneurship Monitor, 2019). این پژوهش، نرخ کارآفرینی در فازهای چندگانه فعالیت کارآفرینانه را ردیابی می‌کند و ویژگی‌های شخصیتی، انگیزه و اشتیاق کارآفرینان را ارزیابی می‌کند و نگرش جوامع

جدول (۱): شاخص‌های کارآفرینی ایران در سال ۱۳۹۸

شاخص‌ها	سال	درصد	رتبه ایران	شاخص‌ها	سال	درصد	رتبه ایران
درک فرصت	۱۳۹۸	۴۷/۷	۲۹	درک قابلیت	۱۳۹۸	۶۸/۹	۱۳
قصد کارآفرینانه	۱۳۹۸	۳۷/۹	۱۱	ترس از شکست	۱۳۹۸	۳۶/۲	۳۷
شخصاً یک کارآفرین را می‌شناسید	۱۳۹۸	۵۵/۱	۲۱	کارآفرینی نوپا	۱۳۹۸	۶/۹	۲۶
سهولت کسب و کار	۱۳۹۸	۳۰/۱	۴۵	عدم تداوم کسب و کار	۱۳۹۸	۷	۱۱

منبع: گزارش برنامه پژوهشی ارزیابی شاخص‌های کارآفرینی در ایران بر اساس مدل دیده‌بان جهانی کارآفرینی، ۱۳۹۸.

در فرآیند شروع و توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی و سایر بخش‌ها، می‌توان ادعان نمود که یکی از عمده‌ترین دلایل کاهش اشتغال در بخش کشاورزی و عدم شناسایی پتانسیل‌ها و قابلیت‌های بی‌شمار موجود در این بخش، پایین بودن قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در بخش کشاورزی است. لذا، با عنایت به موضوعات یاد شده می‌توان نتیجه گرفت که ارتقای قابلیت شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه کشاورزی به عنوان یکی از راه‌حل‌های بحران موجود در بخش کشاورزی است. از طرفی، خراسان شمالی به دلیل پتانسیل بالا از نظر تنوع آب و هوایی و وسعت چشمگیر از نظر دارا بودن مناطق دشتی، کویری، کوهستانی و دره‌ای برای رویش انواع

آمار مذکور در جدول (۱) حاکی از آن است که بر اساس شاخص‌های کارآفرینی، ایران از بین ۵۰ کشور مورد مطالعه در بُعد درک فرصت در جایگاه بیست و نهم قرار گرفته است (Global Entrepreneurship Monitor, 2019). اگر چه شاخص‌های ارائه شده در جدول (۱) هر یک می‌تواند دلیلی بر عدم توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی و سایر بخش‌های کشور باشد؛ اما در این میان پایین بودن شاخص قابلیت تشخیص فرصت به عنوان قلب تپنده و شروع‌کننده در فرآیند کارآفرینی و فعالیت‌های کارآفرینانه قابل تأمل است (Shrader and Hills, 2003., Hills and Birkinshaw, 2010., Wang et al, 2013., Alonso et al, 2016). به عبارتی دیگر، با توجه به نقش مهم و حیاتی تشخیص فرصت

اشتغال ایجاد شده منجر به بهبود در وضعیت اجتماعی و اقتصادی کشاورزان به ویژه کشاورزان خرده‌پا و کم‌درآمد خواهد شد (Channabasappa and Madiwallar, 2007). شناسایی فرصت، از ویژگی بارز کارآفرینان به حساب می‌آید و بدون شناسایی فرصت، فعالیت کارآفرینانه‌ای رخ نخواهد داد (Wang et al, 2016, Alonso et al, 2013). امروزه شناسایی، ارزیابی و پیگیری فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی به طور چشمگیری در حال افزایش است (Lans et al, 2017). این امر منجر به ایجاد عوامل جدیدی می‌شود که فرآیند بازار را در بر می‌گیرد و می‌تواند رشد اقتصادی، کسب و کارهای جدید یا ایجاد فعالیت تجاری را در یک منطقه شکل دهد (Fitzkoch et al., 2017) به این معنا که فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی توسعه محصولات جدید و نوآوری در فرآیند کسب و کار را فراهم می‌کند؛ کارآفرینی همیشه جنبه جدایی‌ناپذیر از بخش کشاورزی بوده است و کشاورزان می‌توانند در بخش‌های مختلف تولید، به عنوان کارآفرینان مورد توجه قرار گیرند (Pindado and Sanchez, 2017). فرصت کارآفرینانه به هر موقعیتی آتی در بازار گفته می‌شود که اولاً بتوان آن

گیاهان دارویی، مرتعی، صنعتی و معطر بسیار مناسب است. همچنین، این استان رویشگاه اصلی بسیاری از گونه‌های دارویی باارزش است. به طوری که بیش از ۴۵۰ گونه گیاهی در این استان شناسایی شده است که حدود ۱۶ گونه از این تعداد منحصر به خراسان شمالی است که در این منطقه رویده می‌شود (North Khorasan Agricultural and Natural Resources Research Center, 2017). بنابراین، لزوم تحقیقات همه جانبه و بهره‌بردار صحیح از این گیاهان بسیار ضروری است و چنانچه فرصت‌های کارآفرینی در این بخش مورد شناسایی قرار گیرد و برنامه‌ریزی، مدیریت و سرمایه‌گذاری مناسب برای توسعه تولید گونه‌های دارویی و اقتصادی کردن آن‌ها فراهم شود، می‌تواند سهم زیادی در اقتصاد و اشتغال این استان ایفا کند. این موضوع زمانی اهمیت زیادی پیدا می‌کند که گیاهان دارویی آبی، سود مورد انتظار بیشتری در مقایسه با اکثر گیاهان زراعی و سبزی و صیفی داشته (Hosseini, 2019) و درآمد خالص گیاهان دارویی در زمین‌های کم‌بازده به مراتب بهتر از بیشتر گیاهان زراعی است و همچنین این گیاهان نیاز به نیروی کار انسانی بیشتری دارند که برای ایجاد اشتغال نیز بهتر از سایر گیاهان زراعی است (Deshpande et al, 2006).

کارآفرینانه نیز دارد (Tang et al, 2012). یافته‌های پژوهشی با عنوان، «دانش قبلی و معرفی محصولات و خدمات جدید توسط شرکت‌های کارآفرین: نقش واسطه‌ای نوآوری فناوری». حاکی از آن است که شبکه اجتماعی نقش مثبت و معنی‌داری بر هوشیاری کارآفرینانه نیز دارد (Tang et al, 2012). Tumasjan and Braun (2012)، در پژوهشی با عنوان، «در نگاه بیننده: چگونه تمرکز و نظارت بر خودکارآمدی باعث شناسایی فرصت‌ها شده و بر آن اثر می‌گذارد»، نقش مثبت و معنی‌دار خودکارآمدی را بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه نیز تأیید کردند. Wang et al (2013)، در پژوهشی به نتایجی دست یافتند که حاکی از آن است خودکارآمدی کارآفرینی به عنوان یکی از ویژگی‌های شخصیتی فرد کارآفرین، نقش مثبت و معنی‌داری بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه نیز دارد، همچنین آن‌ها دانش پیشین کارآفرینان را نیز بسیار با اهمیت بیان می‌کنند تا آن‌جایی شناسایی فرصت را نوعی کسب دانش و فرآیند یادگیری می‌دانند و تأثیر دانش پیشین بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه را نیز مثبت و معنی‌دار ارزیابی کردند؛ به علاوه نتایج پژوهش آن‌ها حاکی از آن بود شبکه

را کنترل کرد و ثانیاً منجر به سود و مطلوبیت تشخیص داده شود (Franco et al, 2104). شناسایی فرصت کارآفرینانه، درک شرایطی برای سودآوری بالقوه از طریق تأسیس و شکل‌گیری کسب و کار جدید یا بهبود کسب و کار موجود (Baron, 2006) یا کشف ایده برای خلق کسب و کارهای جدید تعریف می‌شود (Jawahar and Nigama, 2011). پژوهش‌های متعدد و مختلفی در زمینه ادبیات شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه نیز مورد بررسی و مطالعه قرار گرفت. یافته‌های پژوهشی به این صورت بود که دانش اولیه افراد بر روی فرآیند تشخیص فرصت مؤثر است، نتایج نشان داد که اغلب کارآفرینان فرصت‌هایی را تشخیص داده بودند که با دانش کسب شده توسط آن‌ها در طول زندگی مرتبط بود (Fatima et al, 2011). Lüling and Zhanggang (2011)، در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که خودکارآمدی کارآفرینی نقش مثبت و معنی‌داری بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه نیز دارد. یافته‌های پژوهشی با عنوان، «هوشیاری کارآفرینی در جستجوی فرصت‌های جدید» حاکی از آن است که هوشیاری کارآفرینانه نقش مثبت و معنی‌داری بر شناسایی فرصت‌های

شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه نیز ترکیبی از عوامل فردی همچون دانش پیشین، احساس خودکارآمدی، خلاقیت، جست و جوی منظم فرصت‌ها، انگیزه و هوشیاری کارآفرینانه و عوامل اجتماعی از جمله آموزش و مربیگری، جریان‌های اطلاعاتی، مالکیت فکری، نیروهای پیش‌برنده، سرمایه فکری، شبکه ارتباطات اجتماعی و یادگیری اجتماعی است و این عوامل بر دو رویکرد خلق فرصت و شناسایی فرصت نیز اثرگذارند و نیز این دو رویکرد یاد شده متناقض نیستند، بلکه مکمل یکدیگرند. یافته‌های پژوهشی با عنوان «بررسی عوامل فردی مؤثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه» حاکی از آن است که عوامل فردی مؤثر بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه را می‌توان به دو دسته تقسیم نمود که دسته اول عوامل تحت کنترل که شامل (شبکه اجتماعی، تجربه، انگیزش، دانش و غیره) و دسته دوم عوامل غیر قابل کنترل که شامل (شخصیت، فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و غیره) می‌باشد (Abdi Jamairan et al, 2017). همچنین نتایج پژوهشی با عنوان، «طراحی و تبیین الگویی برای تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی استان کرمانشاه» نشان داده است که مؤلفه

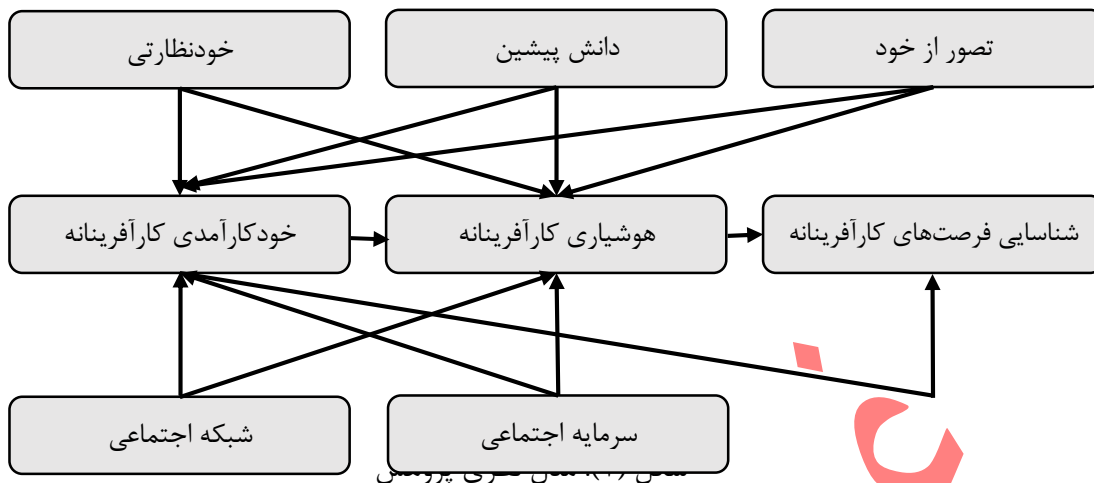
اجتماعی نقش مثبت و معنی‌داری بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه نیز دارد. در پژوهشی با عنوان، «شبکه اجتماعی و سرمایه انسانی به عنوان تعیین‌کننده‌های تشخیص فرصت کارآفرینانه در نیجریه» نتایج نشان دهنده آن است که با گسترش شبکه اجتماعی تشخیص فرصت کارآفرینانه توسعه می‌یابد (Ekanem, Aderibigbe and Oluwafemi, 2014). (2015)، در پژوهشی به این نتیجه رسید که هوشیاری کارآفرینانه در شناسایی فرصت‌های کارآفرینی، نقش مثبت و معنی‌داری ایفا می‌کند. نتایج پژوهشی با عنوان، «مدل تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در بخش کشاورزی» حاکی از آن است که شبکه اجتماعی، خلاقیت، رقابت‌پذیری، خودکارآمدی و دانش پیشین از عوامل مؤثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در بخش کشاورزی می‌باشند (Masoumi and Zamani, 2015). Campos (2017)، در تحقیقی به نتایجی دست یافت که حاکی از آن است شور کارآفرینی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر گرایش افراد به کارآفرینی داشته و هوشیاری کارآفرینانه این تمایل را در افراد بیشتر می‌کند. بنا به بررسی‌های صورت گرفته (Mirvahedi et al, 2017)، عوامل مؤثر بر

فرصت‌های کارآفرینانه در میان نمونه مورد مطالعه،
(۳) بررسی نقش شبکه اجتماعی بر شناسایی
فرصت‌های کارآفرینانه در میان نمونه مورد مطالعه،
(۴) بررسی نقش سرمایه اجتماعی بر شناسایی
فرصت‌های کارآفرینانه در میان نمونه مورد مطالعه،
(۵) بررسی نقش هوشیاری کارآفرینانه در شناسایی
فرصت‌های کارآفرینانه در میان نمونه مورد مطالعه. با
عنایت به موضوعات یاد شده چارچوب نظری تحقیق
را می‌توان به صورت شکل (۱) نشان داد.

های اصلی الگوی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در
بخش کشاورزی استان کرمانشاه عبارتند از: سرمایه
انسانی، سرمایه اجتماعی، حمایت‌های محیطی،
ویژگی‌های روان‌شناختی، هوشیاری و تلاطم‌ها می
باشد (Zarafshani et al, 2017). همچنین پژوهش‌های
(Akbari et al. 2019., Rezaei 2019., Karimi 2016)
نیز مورد مطالعه و بررسی نیز قرار گرفت. جمع‌بندی
نتایج مطالعات انجام شده حاکی از آن است که طیف
وسعی از متغیرهای اجتماعی و فردی بر توانایی
شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در کسب و کارهای
مخاطره‌پذیر مؤثر هستند. این موضوع، شرایط
مسأله‌مندی را طرح می‌کند که پاسخ به آن، یافتن
مجموعه‌ای از متغیرهای تأثیرگذار بر کارآفرینی را
سبب می‌شود؛ لذا مسأله تحقیق حاضر یافتن ترکیبی
از متغیرهایی است که بتوانند در زمینه اجتماعی و
فردی با شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه همگام
شوند. در این راستا این تحقیق با اهداف زیر انجام
شد:

(۱) بررسی ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای تولیدکنندگان
گیاهان دارویی در میان نمونه مورد مطالعه، (۲) بررسی
نقش ویژگی‌های فردی کارآفرینانه بر شناسایی

پژوهش‌های
شناسایی



روش تحقیق

Z: سطح اطمینان (۱/۹۶)، d: نصف فاصله حدود

اعتماد (دقت احتمالی مطلوب) (۰/۰۵) و P: ۰/۲

$$n = \frac{1350 \cdot (1/96)^2 \cdot 0/2 \cdot (1-0/2)}{0/05^2 \cdot (1350-1) + (1/96)^2 \cdot 0/2 \cdot (1+0/2)} = 209$$

سپس به شیوه نمونه‌گیری در دسترس داده‌های پژوهش جمع‌آوری شد که پس از گردآوری و بررسی اولیه داده‌ها، پرسشنامه‌های مخدوش حذف شده و در نهایت تحلیل داده‌ها با ۲۰۰ پرسشنامه انجام شد که ضریب بازگشت آن برابر با ۹۵/۷ درصد بود. روش انتخاب نمونه‌ها با توجه به عدم وجود فهرست اطلاعات تولیدکنندگان گیاهان دارویی به شکل در دسترس انجام گرفت. ابزار اصلی برای جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش، پرسشنامه از نوع محقق ساخته بود که با بررسی منابع و پژوهش‌های مختلف و با در نظر گرفتن اهداف تحقیق تدوین شده بود. این پرسشنامه شامل نه بخش مختلف بود که یک بخش آن به ویژگی‌های

این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی، از لحاظ

میزان نظارت و درجه کنترل متغیرها، میدانی و از لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها نیز از نوع تحقیقات توصیفی (غیرآزمایشی) به شمار می‌رود. جامعه آماری مورد مطالعه شامل تولیدکنندگان گیاهان دارویی استان خراسان شمالی به تعداد ۱۳۵۰ واحد فعال در شهرهای بجنورد، مانه و سملقان، شیروان و اسفراین در سال ۱۳۹۸ بودند (N=۱۳۵۰). برای تعیین حجم نمونه از فرمول FPC Daniel (1990)، استفاده شد که با معلوم بودن حجم جامعه، نمونه‌گیری به صورت طبقه‌ای با انتساب متناسب تعداد پاسخگویان با در نظر گرفتن خطای ۵ درصد برابر با ۲۰۹ نفر مشخص شد جدول (۲).

$$n = \frac{NZ^2P(1-P)}{d^2(N-1) + Z^2P(1+P)}$$

N: حجم جامعه آماری، n: نمونه آماری قابل قبول،

که تمامی سازه‌ها از پایایی ترکیبی مناسبی برخوردار می‌باشند جدول (۳)؛ به این صورت محتوای پرسشنامه تایید شده و در اختیار پاسخگویان قرار داده شد. داده‌ها با استفاده از روش آماری حداقل مربعات جزئی و نرم‌افزار Smart pls تحلیل شدند. برای بررسی روایی در پژوهش حاضر، از دو شیوه روایی سازه و روایی تشخیصی استفاده شد.

فردی و حرفه‌ای (جنسیت، سن، سطح سواد و وضعیت تأهل) صاحبان کسب و کار تولید گیاهان دارویی اختصاص داشت و هشت بخش دیگر پرسشنامه شامل خود نظارتی، سرمایه اجتماعی، شبکه اجتماعی، خودکارآمدی کارآفرینانه، دانش پیشین، تصور از خود، هوشیاری کارآفرینانه و شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه نیز بود. روایی پرسشنامه با نظرات پنل متخصصان مورد بررسی قرار گرفت و تأیید شد؛ همچنین به منظور اطمینان از دقت و اعتمادپذیری پرسشنامه تحقیق نیز از ضریب آلفای کرونباخ و شاخص پایایی ترکیبی استفاده شد که می‌توان گفت برای بخش‌های مختلف پرسشنامه با توجه به مقادیر به دست آمده ضریب آلفای کرونباخ برای تمامی سازه‌ها بالای ۰/۷ بوده و مطلوب می‌باشد جدول (۳). همچنین، با توجه به نتایج به دست آمده از تحلیل پایایی ترکیبی با توجه به اینکه معیار مناسب این شاخص، برای بررسی همسانی درونی مدل اندازه‌گیری اعداد بالای ۰/۷ است، می‌توان گفت

پرسشنامه

جدول (۲): نمونه آماری صاحبان کسب و کار تولید گیاهان دارویی به تفکیک هر شهر و نمونه اختصاص یافته

شهرستان	تعداد تولیدکننده	نمونه انتخاب شده	درصد فراوانی	درصد فراوانی تجمعی
اسفراین	۸۱۴	۱۲۶	۶۰/۲	۶۰/۲
بجنورد	۵۳	۸	۳/۸	۶۴
شیروان	۴۰۰	۶۲	۲۹/۶	۹۳/۶
مانه و سملقان	۸۳	۱۳	۶/۴	۱۰۰
جمع	۱۳۵۰	۲۰۹	۱۰۰	۱۰۰

جدول (۳): ابزار تحقیق پایایی به تفکیک بخش‌های مختلف

ردیف	سازه	تعداد گویه‌ها	مقیاس اندازه‌گیری	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی (CR)
۱	تصور از خود	۷	ترتیبی	۰/۷۰۸	۰/۷۹۳
۲	خودنظارتی	۶	ترتیبی	۰/۸۰۰	۰/۸۴۹
۳	خودکارآمدی کارآفرینانه	۶	ترتیبی	۰/۷۲۰	۰/۸۱۰
۴	دانش پیشین	۸	ترتیبی	۰/۷۰۱	۰/۷۷۹
۵	سرمایه اجتماعی	۱۰	ترتیبی	۰/۸۳۱	۰/۸۷۴
۶	شبکه اجتماعی	۱۱	ترتیبی	۰/۸۰۱	۰/۸۴۵
۷	شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه	۱۱	ترتیبی	۰/۸۰۵	۰/۸۶۱
۸	هوشیاری کارآفرینانه	۸	ترتیبی	۰/۷۰۵	۰/۸۳۴

نتایج و بحث

تحصیلات ابتدایی و بی سواد بودند. حدود ۲۶/۵

درصد تحصیلات بالاتر از دیپلم داشتند. بیشتر آن‌ها متأهل بودند (۹۰ درصد).

نتایج حاصل از اولویت‌بندی گویه‌ها: اولویت‌بندی

گویه‌های سازه خودنظارتی مرتبط با شناسایی

فرصت‌های کارآفرینانه بر اساس ضریب تغییرات از

دیدگاه پاسخگویان نشان داد گویه «توانایی بالا

صحبت کردن در مورد محصولات کشت شده برای

سایر افراد»، بالاترین اولویت را داشت در مقابل

تحلیل اطلاعات جمعیت‌شناختی نشان می‌دهد

که در نمونه مورد مطالعه از نظر جنسیت ۸۹ درصد

آن‌ها معادل (۱۷۸ نفر) مرد بودند. از نظر سنی

بیشترین فراوانی مربوط به گروه سنی ۳۶ تا ۴۵ سال

بود که ۲۷ درصد یا به عبارت دیگر، ۵۴ نفر

پاسخگویان را شامل شد. دامنه سنی آن‌ها از ۲۵ تا

۷۲ سال متغیر بود. از نظر وضعیت سطح سواد حدود

۶۱ نفر از پاسخگویان معادل (۳۰/۵ درصد) دارای

تولید گیاهان دارویی» بالاترین اولویت و «فروش محصولات از طریق بازاریابی» پایین‌ترین اولویت را به خود اختصاص دادند. در ارتباط با شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه «توجه به بسته‌بندی گیاهان دارویی به عنوان یک کسب و کار عالی» و «هزینه کمتر نهاده‌های گیاهان دارویی نسبت به سایر محصولات» به ترتیب بالاترین و پایین‌ترین اولویت را داشتند. در ارتباط با هوشیاری کارآفرینانه نیز اولویت‌بندی ضرایب تغییرات نشان داد «کسب موفقیت فردی در تولید گیاهان دارویی به عنوان یک فرصت کارآفرینانه» و «ترجیح سود حاصل از فروش محصولات گیاهی در مقایسه با سایر محصولات کشاورزی» بالاترین اولویت و «جستجوی اینترنتی جهت کسب اطلاعات بیشتر برای مقابله با آفات و بیماری‌ها» و «کسب اطلاعات در زمینه افزایش تولیدات از طریق مطالعه‌ی مجلات علمی و تجاری» پایین‌ترین اولویت را داشتند.

بعد از ارائه یک تصویر کلی از ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای پاسخگویان در پژوهش، در این مرحله از تحقیق اعتبارسنجی مدل اندازه‌گیری پژوهش مورد توجه قرار گرفت. نظر به اینکه مقدار آماره t در تمامی

«عملکردی که منجر به جبهه‌گیری دیگران شود، عملکرد ارزشمندی نیست» پایین‌ترین اولویت را به خود اختصاص داد. در ارتباط با اولویت‌بندی گویه‌های مرتبط با سرمایه اجتماعی، دو گویه «شرط ضروری و مهم، همکاری با سایر افراد» اولویت اول و گویه «قبول انتقادات از جانب نیروی کار و مشتریان» اولویت آخر را داشتند. در ارتباط با شبکه اجتماعی لازم به ذکر است که «ارتباط با سایر تولیدکنندگان» بالاترین و «ارتباط با شرکت‌های دانش بنیان و پارک علم و فناوری» پایین‌ترین اولویت را داشتند. تحلیل وضعیت خودکارآمدی کارآفرینانه نشان داد «بهبود وضعیت معیشتی در صورت بهبود واحد تولیدات گیاهی» بالاترین اولویت و «شروع به تولید و پرورش گیاهان دارویی به دلیل وجود تجربه قبلی در این زمینه» پایین‌ترین اولویت را داشت. در زمینه وضعیت دانش پیشین «رایج بودن تولید و پرورش گیاهان دارویی در منطقه» و «داشتن اطلاعات مناسب در رابطه با راه‌های خدمت‌رسانی به مشتریان» از نظر پاسخگویان به ترتیب اولویت‌های بالا و پایین را کسب نمودند. در ارتباط با وضعیت تصور از خود با توجه به ضریب تغییرات می‌توان بیان کرد، «عملیاتی کردن ایده‌های

برای سنجش سازه‌ها به درستی انتخاب شده‌اند و
روایی سازه تأیید شد جدول (۴).

موارد از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگ‌تر است که این
موضوع نشان دهنده همبستگی بین سازه‌های قابل
مشاهده با سازه‌های پنهان مربوط به خود می‌باشد که
در سطح ۹۹ درصد اطمینان معنی‌دار است. بنابراین،
می‌توان نتیجه گرفت که نشانگرهای انتخاب شده

پیر فایز استناد

ارائه یک مدل ساختاری شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه...

جدول (۴): مقادیر بار عاملی برای هر گویه در قالب مدل اندازه‌گیری

سازه	کد	گویه	بار عاملی	t	Sig.
خودنظارتی	Q1	توانایی بالا در صحبت کردن در مورد محصولات کشت شده برای سایر افراد	۰/۵۶۵	۴/۷۷۰	۰/۰۰۱
	Q2	تصمیم‌گیری برای کشت گیاهان دارویی بدون توجه به توصیه دوستانم	۰/۵۷۱	۵/۶۰۶	۰/۰۰۱
	Q3	مهارت کافی در فروش محصولات به مشتریان	۰/۸۱۹	۱۷/۶۹۰	۰/۰۰۱
	Q4	اصلاح روش کشت در صورت مغایرت داشتن با استانداردهای موجود	۰/۶۵۸	۵/۸۱۸	۰/۰۰۱
	Q5	صحبت کردن در محل کار در مورد مسائلی که دیگران دوست دارند	۰/۷۸۳	۱۷/۱۰۴	۰/۰۰۱
	Q6	عملکردی که منجر به جبهه‌گیری دیگران شود، عملکرد ارزشمندی نیست	۰/۷۵۴	۱۶/۱۱۲	۰/۰۰۱
سرمایه اجتماعی	Q7	شرط ضروری و مهم، همکاری با سایر افراد	۰/۵۵۸	۸/۶۳۱	۰/۰۰۱
	Q8	وجود اهداف مشترک بین من و همکارانم	۰/۷۵۰	۱۹/۸۳۸	۰/۰۰۱
	Q9	قبول انتقادها از جانب نیروی کار و مشتریان	۰/۶۸۱	۱۴/۵۳۰	۰/۰۰۱
	Q10	کسب موفقیت در تولیدات گیاهی در گرو کار گروهی	۰/۷۷۷	۱۹/۶۹۸	۰/۰۰۱
	Q11	داشتن رفتار گرم و مناسب با مشتریان	۰/۷۰۱	۱۵/۶۰۴	۰/۰۰۱
	Q12	داشتن صداقت در ارتباط با نیروی کار و مشتریان	۰/۷۱۲	۱۵/۲۳۱	۰/۰۰۱
شبکه اجتماعی	Q14	استفاده مناسب از تجربه و اطلاعات ارزشمند نیروی کار	۰/۷۴۵	۱۸/۸۰۵	۰/۰۰۱
	Q17	ارتباط با سایر تولیدکنندگان گیاهان دارویی منطقه	۰/۴۲۲	۴/۴۲۱	۰/۰۰۱
	Q18	ارتباط با بانکها و مؤسسات تأمین اعتبار (صندوق کارآفرینی)	۰/۸۱۳	۱۲/۹۱۹	۰/۰۰۱
	Q19	ارتباط با مربیان دوره‌های آموزشی	۰/۵۷۳	۷/۳۴۱	۰/۰۰۱
	Q20	ارتباط با کمیته امداد	۰/۵۷۶	۷/۰۹۴	۰/۰۰۱
	Q21	ارتباط با اساتید دانشگاهها	۰/۴۰۴	۴/۳۶۱	۰/۰۰۱
خودکارآمدی کارآفرینانه	Q22	ارتباط با خانواده، دوستان و آشنایان	۰/۴۰۱	۲/۹۱۳	۰/۰۰۱
	Q23	ارتباط با صندوق بیمه روستایی	۰/۴۳۳	۴/۵۳۱	۰/۰۰۱
	Q24	ارتباط با تعاونی‌های کشاورزی	۰/۴۰۷	۴/۴۹۹	۰/۰۰۱
	Q25	ارتباط با کارشناسان جهاد کشاورزی	۰/۴۹۹	۵/۴۷۲	۰/۰۰۱
	Q26	ارتباط با اداره منابع طبیعی	۰/۴۳۲	۴/۸۱۳	۰/۰۰۱
	Q27	ارتباط با شرکت‌های دانش بنیان و پارک علم و فناوری	۰/۴۰۵	۴/۶۶۴	۰/۰۰۱
دانش پیشین	Q28	بهبود وضعیت معیشتی در صورت بهبود واحد تولیدات گیاهی	۰/۴۸۵	۶/۱۵۲	۰/۰۰۱
	Q29	دارا بودن مهارت بالا در تولید و پرورش گیاهان دارویی	۰/۶۱۶	۱۰/۴۷۹	۰/۰۰۱
	Q30	وجود جذابیت بالا در تولید و پرورش گیاهان دارویی	۰/۵۵۲	۷/۴۲۶	۰/۰۰۱
	Q31	توسعه واحد تولید و پرورش گیاهان دارویی در آینده‌ای نزدیک	۰/۷۱۵	۱۳/۶۴۶	۰/۰۰۱
	Q32	آسان بودن تولید و پرورش گیاهان دارویی	۰/۷۲۲	۱۷/۵۳۵	۰/۰۰۱
	Q33	شروع به تولید گیاهان دارویی به دلیل تجربه قبلی در این زمینه	۰/۷۶۱	۱۹/۳۲۵	۰/۰۰۱
تصور از خود	Q35	داشتن اطلاعات کافی در ارتباط با نیازها و مشکلات مشتریان	۰/۵۹۶	۷/۸۴۳	۰/۰۰۱
	Q39	داشتن اطلاعات کافی مربوط به مشکلات کسب و کار	۰/۶۶۲	۱۰/۳۳۸	۰/۰۰۱
	Q40	شناخت مناسب از بازار کسب و کار گیاهان دارویی منطقه	۰/۷۳۷	۱۵/۸۶۹	۰/۰۰۱
	Q41	داشتن اطلاعات مناسب در رابطه با راه‌های خدمت‌رسانی به مشتریان	۰/۷۳۸	۱۶/۴۴۰	۰/۰۰۱
	Q42	عملیاتی کردن ایده‌های تولید گیاهان دارویی	۰/۸۵۱	۹/۱۹۸	۰/۰۰۱
	Q44	کنترل کردن موفقیت‌آمیز آفات و بیماری‌های محصولات	۰/۴۳۳	۲/۵۱۴	۰/۰۰۱
شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه	Q46	اهمیت بالا در برتری یافتن نسبت به سایر تولیدکنندگان منطقه	۰/۷۳۳	۵/۹۴۷	۰/۰۰۱
	Q48	فروش مناسب محصولات از طریق بازاریابی	۰/۷۴۸	۷/۵۹۳	۰/۰۰۱
	Q49	توجه به بسته‌بندی گیاهان دارویی به عنوان یک کسب و کار عالی	۰/۶۵۷	۱۲/۵۷۷	۰/۰۰۱
	Q51	گرایش به کشت گیاهان دارویی با سود بالا و مناسب	۰/۷۶۰	۱۸/۶۴۵	۰/۰۰۱
	Q52	تمایل و گرایش بیشتر مردم به استفاده و مصرف گیاهان دارویی	۰/۴۰۳	۵/۵۷۴	۰/۰۰۱
	Q53	نیاز کشت گیاهان دارویی به سرمایه‌ی مالی معین	۰/۸۱۶	۲۶/۳۵۴	۰/۰۰۱
هوشیاری کارآفرینانه	Q55	جایگزینی گیاهان دارویی به جای داروهای شیمیایی در بین عموم مردم	۰/۸۰۵	۲۲/۳۲۸	۰/۰۰۱
	Q57	استقبال بازار جهانی از گیاهان دارویی	۰/۷۲۶	۱۶/۳۰۱	۰/۰۰۱
	Q59	هزینه کمتر نهاده‌های گیاهان دارویی نسبت به سایر محصولات	۰/۵۷۹	۷/۶۳۲	۰/۰۰۱
	Q60	کسب موفقیت فردی در تولید گیاهان دارویی به عنوان یک فرصت کارآفرینانه	۰/۶۶۹	۱۷/۲۹۰	۰/۰۰۱
	Q61	خوشبینی به کشت گیاهان دارویی به عنوان یک فرصت کارآفرینانه	۰/۸۶۱	۴۵/۶۶۲	۰/۰۰۱
	Q62	انجام فعالیت کشت با خانواده و دوستان	۰/۸۳۷	۳۶/۴۹۰	۰/۰۰۱

با سازه خود بوده و دوماً هر نشانگر فقط سازه خود را اندازه‌گیری نموده است و نشانگرهای با اختلال در اندازه‌گیری سازه‌های مختلف مشاهده نمی‌شود که این امر بر اساس نتایج روایی قابل برداشت است، جدول (۵). همچنین نتایج شاخص چند خصیصه‌ای به تک خصیصه‌ای حاکی از آن است که مقادیر کمتر از ۰/۹ بوده و لذا می‌توان گفت نتیجه به دست آمده از معیار فورنل و لارکر تأیید می‌شود جدول (۶).

نتایج بررسی روایی تشخیصی بر اساس معیار فورنل و لارکر نیز نشان می‌دهد که هر نشانگر بیشترین همبستگی را فقط با سازه خود نشان می‌دهد و با سایر سازه‌ها نیز کم‌ترین همبستگی را دارد، زیرا که میانگین نشانگرها بیشترین بار عاملی را فقط با سازه خود نشان می‌دهند. از این‌رو، می‌توان گفت دقت اندازه‌گیری هر سازه توسط نشانگرهای خود دارای بیشترین است، زیرا، اولاً طبق نتایج روایی سازه نشان می‌دهد هر نشانگر دارای بار عاملی معنی‌داری

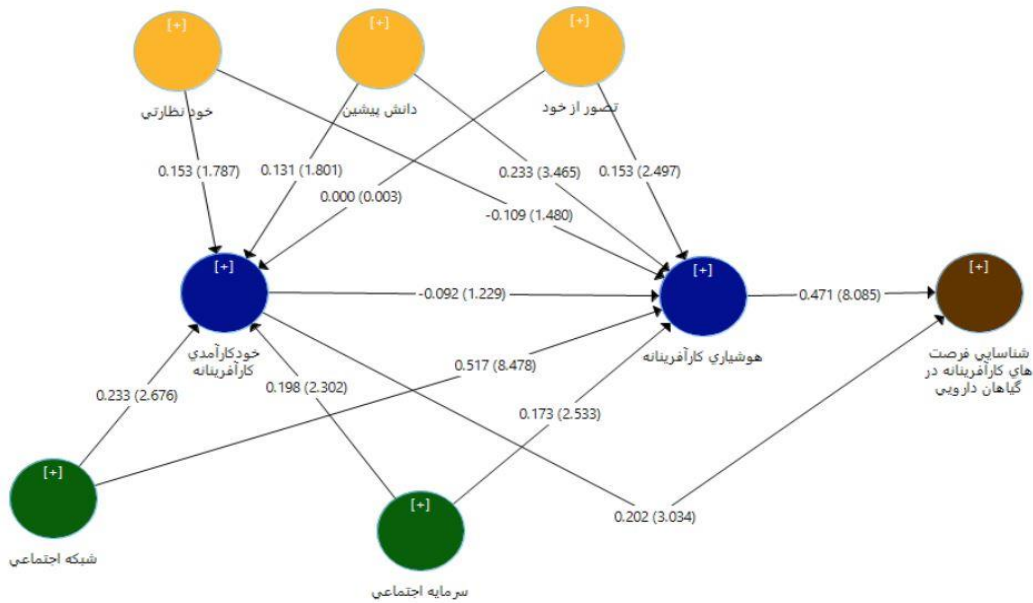
جدول (۵): بررسی روایی تشخیصی بر اساس معیار فورنل و لارکر

سازه‌ها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸
تصور از خود (۱)	۰/۷۰۹	---	---	---	---	---	---	---
خودنظارتی (۲)	۰/۲۹۷	۰/۶۹۹	---	---	---	---	---	---
خودکارآمدی کارآفرینانه (۳)	۰/۱۳۶	۰/۳۹۱	۰/۶۴۹	---	---	---	---	---
دانش پیشین (۴)	۰/۱۵۹	۰/۳۸۱	۰/۳۸۶	۰/۶۸۶	---	---	---	---
سرمایه اجتماعی (۵)	۰/۱۹۷	۰/۵۲۳	۰/۴۲۰	۰/۴۸۷	۰/۷۰۷	---	---	---
شبکه اجتماعی (۶)	۰/۱۳۰	۰/۳۶۴	۰/۴۱۲	۰/۴۲۹	۰/۳۳۸	۰/۷۰۱	---	---
شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه (۷)	۰/۱۱۲	۰/۲۵۷	۰/۳۲۵	۰/۴۰۲	۰/۳۹۳	۰/۴۴۰	۰/۶۹۲	---
هوشیاری کارآفرینانه (۸)	۰/۲۴۷	۰/۲۶۸	۰/۲۶۱	۰/۴۸۶	۰/۳۹۶	۰/۶۱۷	۰/۵۲۴	۰/۷۹۴

جدول (۶): بررسی روایی بر اساس شاخص چند خصیصه‌ای - تک خصیصه‌ای (HTMT)

سازه‌ها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
تصور از خود (۱)	---	---	---	---	---	---	---
خودنظارتی (۲)	۰/۲۹۷	---	---	---	---	---	---
خودکارآمدی کارآفرینانه (۳)	۰/۱۹۷	۰/۴۶۵	---	---	---	---	---
دانش پیشین (۴)	۰/۲۵۱	۰/۴۶۸	۰/۵۵۲	---	---	---	---
سرمایه اجتماعی (۵)	۰/۲۲۳	۰/۵۷۰	۰/۵۲۲	۰/۶۴۹	---	---	---
شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه (۶)	۰/۲۰۴	۰/۲۷۹	۰/۴۰۶	۰/۵۶۰	۰/۴۸۵	---	---
هوشیاری کارآفرینانه (۷)	۰/۳۱۲	۰/۲۹۶	۰/۳۳۰	۰/۶۹۹	۰/۵۰۲	۰/۶۷۵	---

ارائه یک مدل ساختاری شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه...



شکل (۲): مدل ساختاری شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در بین تولیدکنندگان گیاهان دارویی استان خراسان شمالی.

سازه‌های مدل را تعیین می‌کند. شدت رابطه میان

سازه‌های مدل در جدول (۷) آورده شده است.

برای بررسی برازش مدل ساختاری سه روش مورد

استفاده قرار می‌گیرد که در ادامه داده‌ها، با هر سه

روش بررسی می‌شوند. سنجش ضرایب معنی‌داری (t -

values) این معیار برای سنجش رابطه‌ی بین سازه‌ها

در مدل (بخش ساختاری) است و این ضرایب باید از

۱/۹۶ بیشتر باشند تا بتوان در سطح اطمینان ۹۵٪

درصد معنادار بودن آن‌ها را تأیید ساخت. نتایج

حاصل از سنجش ضرایب معنی‌داری t در جدول (۷)

آورده شده است. R^2 معیاری است که نشان از تأثیر

یک سازه برون‌زا بر یک سازه درون‌زا دارد، نتایج

حاصل از محاسبه R^2 در جدول (۷) آورده شده است

و معیار اندازه تأثیر (f^2) این معیار شدت رابطه میان

سنتز

جدول (۷): اثرات خطی مورد مطالعه به همراه ضرایب معنی داری

R ²	f ²	Sig.	مقدار t	بتا	اثر خطی مورد مطالعه
۰/۲۸۹	۰/۰۲۱	۰/۰۷۵	۱/۷۸۷	۰/۱۵۳	خودنظارتی ← خودکارآمدی کارآفرینانه
	۰/۰۱۶	۰/۰۷۲	۱/۸۰۱	۰/۱۳۱	دانش پیشین ← خودکارآمدی کارآفرینانه
	۰/۰۰۱	۰/۹۹۸	۰/۰۰۳	۰/۰۰۱	تصور از خود ← خودکارآمدی کارآفرینانه
	۰/۰۵۹	۰/۰۰۸	۲/۶۷۶	۰/۲۳۳**	شبکه اجتماعی ← خودکارآمدی کارآفرینانه
	۰/۰۳۴	۰/۰۲۲	۲/۳۰۲	۰/۱۹۸*	سرمایه اجتماعی ← خودکارآمدی کارآفرینانه
۰/۴۸۵	۰/۰۱۵	۰/۱۴۰	۱/۴۸۰	۰/۱۰۹	خودنظارتی ← هوشیاری کارآفرینانه
	۰/۰۷۰	۰/۰۰۱	۳/۴۶۵	۰/۲۳۳**	دانش پیشین ← هوشیاری کارآفرینانه
	۰/۰۴۲	۰/۰۱۳	۲/۴۹۷	۰/۱۵۳**	تصور از خود ← هوشیاری کارآفرینانه
	۰/۰۱۲	۰/۲۲۰	۱/۲۲۹	۰/۰۹۲	خودکارآمدی کارآفرینانه ← هوشیاری کارآفرینانه
	۰/۳۷۵	۰/۰۰۰	۸/۴۷۸	۰/۵۱۷**	شبکه اجتماعی ← هوشیاری کارآفرینانه
	۰/۰۳۵	۰/۰۱۲	۲/۵۳۳	۰/۱۷۳**	سرمایه اجتماعی ← هوشیاری کارآفرینانه
۰/۳۱۳	۰/۰۵۵	۰/۰۰۳	۳/۰۳۴	۰/۲۰۲**	خودکارآمدی کارآفرینانه ← شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه
	۰/۳۰۱	۰/۰۰۱	۸/۰۸۵	۰/۴۷۱**	هوشیاری کارآفرینانه ← شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه

(* معنی داری در سطح ۰/۵؛ ** معنی داری در سطح ۰/۱).

توجه به مقادیر شاخص حجم اثر (f²) به ترتیب شبکه اجتماعی، دانش پیشین و تصور از خود بیشترین نقش را در تبیین واریانس هوشیاری کارآفرینانه داشته‌اند. در انتها دو سازه خودکارآمدی کارآفرینانه و هوشیاری کارآفرینانه در مجموع تقریباً ۳۱ درصد از تغییرات واریانس شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه را تبیین کردند که با توجه به مقادیر شاخص حجم اثر (f²) هوشیاری کارآفرینانه بیشترین نقش در مقایسه با خودکارآمدی کارآفرینانه در تبیین واریانس شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه داشته است.

نتایج جدول (۷) نشان داد که پنج سازه خودنظارتی، دانش پیشین، تصور از خود، شبکه اجتماعی و سرمایه اجتماعی در مجموع تقریباً ۲۹ درصد از تغییرات واریانس خودکارآمدی را تبیین کردند که با توجه به مقادیر شاخص حجم اثر (f²) به ترتیب شبکه اجتماعی، سرمایه اجتماعی و خودنظارتی بیشترین نقش را در تبیین واریانس خودکارآمدی داشته‌اند. همچنین، شش سازه خودنظارتی، دانش پیشین، تصور از خود، خودکارآمدی کارآفرینانه، شبکه اجتماعی و سرمایه اجتماعی در مجموع تقریباً ۴۹ درصد از تغییرات واریانس هوشیاری کارآفرینانه را تبیین کردند که با

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

امروزه، کارآفرینی به عنوان عاملی تعیین‌کننده در موفقیت اقتصادی یک کشور مطرح می‌باشد (فاگیو و سیلوا، ۲۰۱۴). توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی در گرو عوامل زیادی است که بی‌شک در میان این عوامل توانایی افراد برای شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه موجود در بخش کشاورزی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است؛ چرا که شناسایی فرصت اصلی‌ترین و اولین گام در فرآیند کارآفرینی به شمار می‌رود و بدون شناسایی فرصت عملاً کارآفرینی معنایی نخواهد داشت. نتیجه اصلی پژوهش نشان می‌دهد که بررسی عوامل مؤثر در شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه نیز می‌تواند به روشن شدن وضعیت عوامل دخیل در توسعه کارآفرینی گیاهان دارویی و توسعه این نوع از کسب و کار در منطقه با توجه به مشکلات موجود از قبیل بیکاری، فقر، ناپایداری معیشت و غیره کمک کند. از این‌رو بر اساس یافته‌های پژوهش، پیشنهادات و راهکارهایی برای کمک به سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و مدیران سازمان‌های مختلف مرتبط با تولید و توسعه گیاهان دارویی و مسایل روستایی ارائه می‌شود.

(۱) از آن‌جا که متغیر هوشیاری کارآفرینانه اثر معنی‌داری بر شناسایی فرصت دارد، می‌توان نتیجه گرفت که هر عاملی که سبب افزایش هوشیاری کارآفرینانه شود، می‌تواند به بهبود فضای کسب و کار تولیدات گیاهان دارویی کمک نماید. طبق نظر Kirzner (1997)، فرصت در بیرون از فرد کارآفرین هوبدا می‌شود و آن‌چه سبب شناسایی فرصت می‌شود توانمندی‌های مرتبطی است که فرد کارآفرین در مسیر کارآفرینانه خود اختیار کرده است. از این‌رو پیشنهاد می‌شود در برنامه توانمندسازی جوامع محلی، وزارت جهاد کشاورزی و سایر دستگاه‌ها به این مهم به عنوان یک هدف توجه ویژه‌ای شود. در این ارتباط، تشکیل جوامع تولیدکنندگان گیاهان دارویی، تعاونی‌های تولید گیاهان دارویی و سازمان‌دهی آنان نقش تعیین‌کننده خواهد داشت که سبب نشر فرصت‌های کارآفرینی می‌گردد و به توسعه اقتصادی روستاها کمک می‌نماید. این مورد زمانی تقویت می‌شود که می‌دانیم سرمایه اجتماعی اثر بزرگی بر هوشیاری کارآفرینانه نیز دارد. این یافته نیز با مطالعات Tang et al (2012)، Ekanem (2015)، Campos et al (2017)، Mirvahedi et al (2017) و

توسعه شبکه اجتماعی در منطقه به بسیج منابع و دانش تولیدکنندگان کمک کند. این یافته پژوهش حاضر با بررسی مطالعات (Tang et al 2012) و Mohammadi et al (2018) که به ترتیب بیان می‌دارند سرمایه اجتماعی و شبکه اجتماعی بر هوشیاری کارآفرینانه معنی‌دار و دارای تأثیر مثبت است، همخوانی داشت.

۳) نتایج پژوهش نشان داد عوامل فردی شامل تصور از خود و دانش پیشین بر شناسایی فرصت کارآفرینی از طریق هوشیاری کارآفرینانه نیز مؤثر است. لذا پیشنهاد می‌شود ضمن رعایت اصول آموزش بزرگسالان طبق آن چه در آندراگوجی مطرح است، عامل تجربه و تصور از خود در برنامه‌ریزی و طراحی دوره‌های آموزشی کارآفرینی در منطقه بیش از پیش مورد توجه قرار بگیرد و در همین راستا کلاس‌های آموزشی- ترویجی ویژه گیاهان دارویی که برای تولیدکنندگان گیاهان دارویی برگزار می‌شود به موضوعاتی روانشناختی به منظور ایجاد تفکر مثبت و افزایش انگیزه در افراد از طریق اطمینان و اعتماد به خود در زمینه‌ی اجرایی کردن ایده‌های ذهنی و مسایل مرتبط با تولید از جمله کشت مخلوط و

Zarafshani et al (2017) که نشان دادند هوشیاری کارآفرینانه منجر به تسهیل در شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه می‌شود، همخوانی داشت.

۲) نتایج تحقیق نشان داد کارآفرینی دارای زمینه اجتماعی است، زیرا که متغیرهای سرمایه اجتماعی و شبکه اجتماعی نقش تعیین‌کننده در هوشیاری کارآفرینانه دارند. لذا پیشنهاد شده در زمینه برنامه‌های توسعه کارآفرینی در کنار توجه به ظرفیت‌های فردی به توسعه ظرفیت محلی نیز توجه ویژه‌ای شود. به طور مثال تشکیل صندوق‌های حمایت از نوآوری‌های محلی به واسطه نقش آن‌ها در پشتیبانی و تأمین منابع مالی بخش کشاورزی در این زمینه می‌تواند راهگشا باشد. ایجاد چنین صندوق‌هایی در بخش گیاهان دارویی نیز به دلیل خدمات اعتباری که ارائه می‌دهند می‌تواند به ترغیب کشاورزان برای کشت گیاهان دارویی کمک زیادی نماید. همچنین پیشنهاد می‌شود از طریق بهره‌گیری از رسانه‌های ارتباطی که در بین تولیدکنندگان گیاهان دارویی استفاده می‌شود در راستای تسهیم و بهره‌گیری از تجارب تولیدکنندگان برتر و دستیابی به اطلاعات دقیق اقدام شود که این امر می‌تواند از طریق

معرفی پیشگامان کسب و کار گیاهان دارویی با محوریت توسعه بازار می‌تواند گام مهمی در توسعه ظرفیت‌های کارآفرینی منطقه داشته باشد. همچنین طبق تئوری عمومی کارآفرینی (Scott Shane, 2000)، شناسایی فرصت در دو محور فرد و اجتماع معنی پیدا می‌کند، که نتیجه تحقیق حاضر نشان می‌دهد زمینه اجتماعی مؤثرتر از زمینه فردی است، لذا در معرفی مزارع الگویی گیاهان دارویی برای بازدید کشاورزان، طراحی یک شناسنامه مزرعه و معرفی ظرفیت‌های محل در یک پرتال الکترونیکی می‌تواند بسیار مؤثر عمل می‌کند. این نتیجه به دست آمده در این تحقیق با پژوهش‌های Abdul Rezaei and Mohammadi (2012)، Wongpinunwatana and Panchoo (2014) و Hossein Zaei and sahamee (2017) که به نتیجه رسیدند خودکارآمدی کارآفرینانه به زمینه اجتماعی وابسته است، همخوانی داشت.

ترکیبی گیاهان دارویی همزمان با محصولات زراعی می‌توان گام مؤثری بر توسعه کشت برداشت. همچنین ایجاد دفاتر مشاوره فنی و تخصصی گیاهان دارویی در سطح شهرستان‌ها با محوریت بازاریابی گیاهان دارویی، تولیدکنندگان را در یافتن راه‌حل‌های جدید در زمینه تمایز محصولات خود با دیگران و پاسخگویی مطلوب به نیاز بازار و برتری یافتن نسبت به سایر تولیدکنندگان آگاه می‌کند. این یافته تحقیق با نتایج مطالعات Alwani et al (2018)، Migunpoure et al (2104) و Hajizadeh et al (2014) که نشان دادند که دانش پیشین تأثیر مثبت و معنی‌داری بر هوشیاری کارآفرینانه دارد، مطابقت داشت.

۴) نتایج پژوهش نشان داد خودکارآمدی کارآفرینانه به زمینه اجتماعی وابسته است و عوامل فردی به آن مؤثر نیستند. لذا می‌توان نشان داد ارائه الگوی نقش در توسعه کارآفرینی منطقه نقش مؤثری فراهم داشته، بنابراین برگزاری رویدادهای کارآفرینانه با

REFERENCES

- 1) AbdiJamairan, A., & Hosseini, E. & Moghadam, A., & Ghasemloo, MA. (2017). Individual Factors Affecting Entrepreneurial Opportunity Diagnosis. *Two Monthly Applied Studies Months in Management and Development Sciences, Second Year, Issue 3*. (In Farsi).
- 2) Abdolrezaei, M., & Mohammadi, M. (2019). Investigating the Impact of Social Capital on Entrepreneurship with the Mediating Role of Self-Efficacy (Case Study: Staff of Torbat Heydariyeh University of Medical Sciences). *Fifth International Conference on Management and Accounting Sciences*. (In Farsi).
- 3) Aderibgbe, J. K., Abu, S. H., & Olwufemi, O. O. (2014). social network and human capital as determinants of entrepreneurial opportunity recognition in Nigeria. *International Journal of Public Administration and Management Research, 2(2), 116-128*.
- 4) Aliabadi, V., & Gholamrezaei, S., & Si Mohammadi, S. (2018). Explaining the effect of social capital on entrepreneurial awareness of members of rural production cooperatives in Kermanshah province through the mediation of entrepreneurial enthusiasm. *Journal of Cooperatives and Agriculture, Seventh Year, No. 26. pp. 102-81*. (In Farsi).
- 5) Alikhani dad vokalai, M., & Asgharnejad, L. (2014). The importance and necessity of paying attention to entrepreneurship in agricultural education programs. *Journal of Entrepreneurship in Agriculture, Volume 1, Number 1, 14-1*. (In Farsi).
- 6) Alonso, M. A. P., Sanchez, J. C., & Maditinos, D. (2016). Entrepreneurial opportunities perception and intentions within European innovation-driven economies under the shadow of a financial crisis. *In Entrepreneurship, Business and Economics-Vol. 1 (pp. 3-13). Springer, Cham*.
- 7) Alwani, SM., & Kouhestani, MR., & Mahmouzdadeh, SM., & Atai, M. (2018). Identifying the Dimensions of Entrepreneurial Awareness Based on the Human Information Processing Approach (Case Study: Entrepreneurs of Tehran and Alborz Provinces). *Entrepreneurship Development, Volume 11, Number 2, pp. 240-221*. (In Farsi).
- 8) Channabasappa, K. S., Kumar, P., & Madiwalar, S. L. (2007). *Influence of arecanut on economic yield and quality parameters of medicinal plants*.
- 9) Deshpande, R. S., Neelakanta, N. T., & Hegde, N. (2006). Cultivation of medicinal crops and aromatic crops as a means of diversification in agriculture. *Agricultural Development and Rural Transformation Unit, Institute for Social and Economic Change*.
- 10) Ekanem, I. (2015). Entrepreneurial learning: gender differences. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 21(4), 557-577*.
- 11) Ehsan, M., Nasser, Z. (2015). A model for identifying entrepreneurial opportunities in the agricultural sector. *Journal of Entrepreneurship in Agriculture, Volume 1, Number 4, 1-18*. (In Farsi).
- 12) Faggio, G., & Silva, O. (2014). Self-employment and entrepreneurship in urban and rural labour markets. *Journal of Urban Economics, 84, 67-85*.
- 13) Fatima, S., Iqbal, S., Rehman, F. U., & Ali, M. (2011). A study of factors affecting opportunity recognition process—case study of Pakistan, an opportunity recognition process framework. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business, 3(8), 1106-1125*.
- 14) Fitz-Koch, S., & Nordqvist, M. (2017). The reciprocal relationship of innovation capabilities and socioemotional wealth in a family firm. *Journal of Small Business Management, 55(4), 547-570*.
- 15) Franco, M., de Fátima Santos, M., Ramalho, I., & Nunes, C. (2014). An exploratory study of entrepreneurial marketing in SMEs: The role of the founder-entrepreneur. *Journal of Small Business and Enterprise Development, 21(2), 265-283*.
- 16) Global Entrepreneurship Monitor Global Report. (2019). *Published by the Global Entrepreneurship Research Association, London Business School, Regents Park, London NW1 4SA, UK. 21, 1-232*.
- 17) Hajizadeh, A., & Zali, MR., & Bigupour, E. (2014). Investigating the Relationship between Prior Knowledge and Identifying Entrepreneurial Opportunities: The Mediating Role of Entrepreneurial Awareness and Entrepreneurial Learning. *Journal of Entrepreneurship Development, Volume 7, Number 4, pp. 633-613*. (In Farsi).
- 18) Hill, S. A., & Birkinshaw, J. M. (2010). Idea sets: Conceptualizing and measuring a new unit of analysis in entrepreneurship research. *Organizational research methods, 13(1), 85-113*.
- 19) Hosseini, S. A. M. (2009). Comparison of economic benefits of cultivating medicinal plants with agricultural products in Khorasan Razavi province. *Journal of Iranian Medicinal Plants Technology, Volume One, Number One, Spring and Summer*. (In Farsi).
- 20) Hosseinzaei, E. & Sahami, S. (2017). The mediating role of psychological well-being between social capital and self-efficacy in cultural women of Sarbaz city Quarterly. *Journal of Women and Society, Year 8, First Issue. Pp. 113-95*. (In Farsi).
- 21) Jawahar, D. P., & Nigama, K. (2011). The influence of social capital on entrepreneurial opportunity recognition behavior. *International Journal of Economics and Management, 5(1), 351-368*.
- 22) Jena, S., & Kumar Sahoo, C. (2014). Improving managerial performance: a study on entrepreneurial and leadership competencies. *Industrial and Commercial Training, 46(3), 143-149*.
- 23) Karimi, S., & Biemans, H. J., & Naderi Mahdei, K., & Lans, T., Chizari, M., & Mulder, M. (2017). Testing the relationship between personality characteristics, contextual factors and entrepreneurial intentions in a developing country. *International Journal of Psychology, 52(3), 227-240*.

- 24) Kirzner, I. M. (1997). Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach. *Journal of economic Literature*, 35(1), 60-85.
- 25) Klager, P., & Aghaei, M., (2014). Investigating the role of agricultural entrepreneurship in rural development, *Journal of Entrepreneurship in Agriculture, Volume One, Issue 1*, 61-83. (In Farsi).
- 26) Koe, W. L., Sa'ari, J. R., Majid, I. A., & Ismail, K. (2012). Determinants of entrepreneurial intention among millennial generation. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 40, 197-208.
- 27) Lüling, Q., Zhanggang, Q., (2011). Entrepreneurship Opportunity Identification is based on the Personal Characteristics of Entrepreneursh. *International Conference on EBusiness and E-Government, Shanghai, China*.
- 28) Markman, G. D., Baron, R. A., & Balkin, D. B. (2005). Are perseverance and self-efficacy costless? Assessing entrepreneurs' regretful thinking. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 26(1), 1-19.
- 29) Rezaei, M., (2019). The Relationship between Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Intention of Agricultural Students at University of Tarbiat Modarres. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research, Volume 2-50, No. 2, 409-419*. (In Farsi).
- 30) Migunpour, E., & Migunpour, MR., & Ehtesham, SA. (2014). The Role of Prior Knowledge in Promoting the Level of Entrepreneurial Awareness and Recognizing Entrepreneurial Opportunities in the Field of Health. *Journal of the School of Paramedical Sciences, Tehran University of Medical Sciences (Payavard Salamat), Volume 8, Number 3, pp. 268-258*. (In Farsi).
- 31) Mirvahedi, SS., & Zaghraei, MT., & Sanjarian, Z. (2017). Investigating the factors influencing the identification of entrepreneurial opportunities. *Journal of Entrepreneurship in Agriculture, 4 (1)*, 74-53. (In Farsi).
- 32) Montiel Campos, H. (2017). Impact of entrepreneurial passion on entrepreneurial orientation with the mediating role of entrepreneurial alertness for technology-based firms in Mexico. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(2), 353-374.
- 33) Morteza, A., & Mojgan, D. (2019) The Impact of Bricolage on Corporate Entrepreneurship: The mediation role of opportunity identification. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research, Volume 2-50, No. 4, 789-801*. (In Farsi).
- 34) North Khorasan Agricultural and Natural Resources Research Center, (2017). available at:<https://www.isna.ir/amp/Bojnourd-44182/>. (In Farsi).
- 35) Pindado, E., & Sánchez, M. (2017). Researching the entrepreneurial behaviour of new and existing ventures in European agriculture. *Small Business Economics*, 49(2), 421-444.
- 36) Ramírez, A. R., Orejuela, A. R., & Vargas, G. M. (2010). New perspectives for the managerial entrepreneurship. *International entrepreneurship and management journal*, 6(2), 203-219.
- 37) Saeed, K. (2016). Investigating the effect of individual and environmental factors on identifying entrepreneurial opportunities: The role of adjusting the entrepreneurial environment. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research, Volume 2-47, No. 2, 511-520*. (In Farsi).
- 38) Shane, SA. (2000). General theory of entrepreneurship (individual approach - opportunity). Translated by Zare, H., & Oktabani, H., & Pournasr Khakbaz, P. first edition, *Arad Kitab*. (In Farsi).
- 39) Shrader, R. C., & Hills, G. E. (2003). Opportunity Recognition: Perceptions of Highly Successful Entrepreneurs. *Journal of Small Business Strategy*, 14(2), 92-108.
- 40) Tang, J., & Murphy, P. J. (2012). Prior knowledge and new product and service introductions by entrepreneurial firms: The mediating role of technological innovation. *Journal of Small Business Management*, 50(1), 41-62.
- 41) Tang, J., Kacmar, K. M. M., & Busenitz, L. (2012). Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities. *Journal of Business Venturing*, 27(1), 77-94.
- 42) Tumasjan, A., & Braun, R. (2012). In the eye of the beholder: How regulatory focus and self-efficacy interact in influencing opportunity recognition. *Journal of Business Venturing*, 27(6), 622-636.
- 43) Turker, D., & Sonmez Selçuk, S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students?. *Journal of European industrial training*, 33(2), 142-159.
- 44) Wang, Y. L., Ellinger, A. D., & Wu, Y. C. J. (2013). Entrepreneurial opportunity recognition: an empirical study of R&D personnel. *Management Decision*.
- 45) Wongpinunwatana, N., & Panchoo, P. (2014). Creating self-efficacy in internal auditors for information technology audits: An on-the-job training perspective. *International Journal of Management & Information Systems (IJMIS)*, 18(3), 213-222.
- 46) Zarafshani, K., & Khoshmaram, M., & Mirkazadeh, A A., & Ali Beigi, AH. (2017). Modeling Agricultural Entrepreneurial Opportunity Recognition in Kermanshah Province: Application of NVivo Software. *Journal of Rural Research*, 8 (3), 402-388. (In Farsi).