

## بررسی عوامل مؤثر بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در بین تولیدکنندگان گیاهان دارویی استان خراسان شمالی

سعید رمضانی<sup>۱</sup>، احمد رضوانفر<sup>۲\*</sup>، امیر علم‌پیگی<sup>۳</sup>

(دریافت: ۹۹/۰۳/۰۱؛ پذیرش: ۹۹/۰۶/۳۰)

### چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل مؤثر بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در بین تولیدکنندگان گیاهان دارویی استان خراسان شمالی انجام شد. جامعه آماری کلیه تولیدکنندگان گیاهان دارویی استان خراسان شمالی در سال ۱۳۹۸ بودند که به روش نمونه‌گیری در دسترس ۲۰۹ تن به عنوان نمونه آماری در دسترس انتخاب شدند. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها، پرسشنامه محقق ساخته بود که روایی آن با استفاده از نظرات پنل متخصصان و پایایی پرسشنامه با ضریب آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفت. نتایج آزمون پایایی نشان داد که مقادیر آلفا برای تمامی سازه‌ها بالاتر از ۰/۷ است. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار Spss نسخه ۲۵، انجام شد. نتایج حاصل از آزمون فریدمن در ارتباط با عوامل مؤثر بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه حاکی از آن است که سه عامل خودکارآمدی کارآفرینانه، شبکه اجتماعی و سرمایه اجتماعی به ترتیب بیشترین اهمیت را در زمینه شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه داشتند. با توجه به نتایج آزمون من وایت‌نی، افراد دارای سابقه کشت قبلی گیاهان دارویی، دارای میانگین خود نظارتی بالاتر بودند. افرادی که در دوره‌های کارآفرینی شرکت کرده بودند، میانگین تصور از خود آن‌ها بالاتر بود. لازم به ذکر است که افراد دارای تحصیلات دانشگاهی، میانگین خود نظارتی، سرمایه اجتماعی، شبکه اجتماعی، خودکارآمدی کارآفرینانه و تصور از خود بالاتری نسبت به افراد فاقد تحصیلات دانشگاهی داشتند. همچنین نتایج آزمون علامت حاکی از آن بود که در جامعه مورد بررسی افراد فقط در دو سازه خود نظارتی و سرمایه اجتماعی غالباً دارای میانگین کمتری از میانگین جامعه می‌باشند. به علاوه، نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون رابطه مثبت و معنی‌دار بین سازه سن با سازه‌های دانش پیشین، شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه و هوشیاری کارآفرینانه را نیز نشان داد.

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

۱. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی پایدار، دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران، کرج، ایران.
۲. استاد گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران، کرج، ایران.
۳. استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران، کرج، ایران.

\* نویسنده مسئول، پست الکترونیک: arezvan@ut.ac.ir

تنوع بوم‌شناختی جغرافیای ایران، وجود ۱۱ اقلیم از ۱۳ اقلیم شناخته شده جهان و همچنین ۳۰۰ روز آفتابی در سال موجب شده است تا ایران از تنوع گیاهی قابل توجهی برخوردار باشد و تعداد گونه‌های گیاهی شناخته شده در آن بیش از ۸۰۰۰ گونه باشد که از میان این گونه‌ها ۲۳۰۰ گونه آن دارویی است (مرادی‌لاکه و همکاران، ۱۳۸۷). کشور ایران جایگاه ویژه‌ای در تولید و مصرف گیاهان دارویی دارد. تنوع شگفت‌انگیز گونه‌های گیاهی در پهنه دشت‌ها و کوهساران ایران، سبب شده تا برخی از صاحب‌نظران جهان، ایران را به عنوان مخزنی از گیاهان دارویی و معطر بدانند. وجود استعدادهای بالقوه عظیم ملی و نیز فرهنگ استفاده از گیاهان دارویی در کشور که نیازمند توجه به صورت یک ضرورت ملی و یک برنامه مشخص، نظام‌مند و جامع‌نگر است، می‌تواند علاوه بر دستیابی به توسعه‌ی پایدار در این بخش؛ باعث ایجاد اشتغال، تأمین امنیت غذایی، ایجاد منبع ذخایر ژنتیکی در عرصه ملی و جهانی و یک منبع درآمد ارزی برای کشور شود (امیدبگی، ۱۳۸۷). متکی بودن اقتصاد ایران به درآمدهای نفتی و تأثیرپذیری این درآمدها از مسائل سیاسی و اقتصادی، آسیب‌پذیری اقتصاد کشور را موجب شده است. یکی از راه‌های مقابله با این چالش، توسعه تولیداتی است که ضمن بهبود وضع اقتصاد داخلی، سبب افزایش صادرات غیرنفتی شود. در این میان، گیاهان دارویی و معطر علاوه بر نقش خاصی که در اقتصاد داخلی دارند، می‌توانند تأثیر بسزایی در امر صادرات غیرنفتی داشته باشند (کشفی‌بناب، ۱۳۸۹).

حال در این میان استان 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 گیاهان دارویی، مرتعی، صنعتی و معطر بسیار مناسب بوده و این موضوع باعث شده تا این استان رویشگاه اصلی بسیاری از گونه‌های دارویی باارزش باشد. به‌طوری 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 رویداده می‌شود (مرکز تحقیقات کشاورزی و منابع طبیعی خراسان شمالی، ۱۳۹۶). بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۵ استان خراسان شمالی دارای جمعیتی معادل ۸۹۹ هزار نفر می‌باشد. از این تعداد ۵۲/۵ درصد، به بیانی دیگر، ۴۷۱۹۷۵ نفر در نقاط شهری و ۴۷/۵ درصد، به عبارتی دیگر، ۴۲۷۰۲۵ در نقاط روستایی ساکن هستند. با وجود اینکه سهم جمعیت استان از جمعیت کشور ۱/۲ درصد می‌باشد اما سهم جمعیت روستاییان ساکن استان، بالغ بر ۲ درصد از جمعیت روستاییان کشور می‌باشد که این نشان‌دهنده تعداد بالای روستا در این استان بوده که این موضوع، لزوم در نظر گرفتن ویژگی‌های اقتصادی و فرهنگی روستاها در سیاست‌گذاری توسعه‌ای در استان خراسان شمالی را نیز مطرح می‌کند؛ اما روند رو به رشد مهاجرت از روستاها به شهرهای استان و همچنین، روند رو به رشد مهاجرت از استان به استان‌های هم‌جوار و استان‌های برخوردار کشور، منجر به پیامدهای نامطلوب اقتصادی و اشتغال در این استان شده است؛ این مسأله باعث ناپایداری معیشت شده و پیامدهای منفی اجتماعی و اقتصادی را در استان خراسان شمالی به همراه داشته است (وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، ۱۳۹۵). از جمله این ناپایداری‌های ایجاد شده، می‌توان به نرخ بیکاری نسبتاً بالای این استان که در سال ۱۳۹۸ برابر ۹/۱۰ بوده، اشاره کرد (وزارت امور اقتصادی و دارایی، ۱۳۹۹).

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 می‌باشد. کشاورزی در راستای رشد و توسعه در ابعاد مختلف، اهمیت زیادی دارد (کلاگر و آقایی، ۱۳۹۳). از این‌رو، جای خالی مطالعات کارآفرینی در زمینه کشاورزی و به‌ویژه در حیطه شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه نیز ضرورت پرداختن به این مهم را آشکار می‌کند. با توجه به این موضوع که عوامل مختلفی می‌توانند در فرآیند شروع و توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی و سایر بخش‌های کشور دخیل باشند، اما در این میان عدم توجه به شاخص قابلیت تشخیص فرصت به‌عنوان اصلی‌ترین و اولین گام در فرآیند کارآفرینی و فعالیت‌های کارآفرینانه (Hills & Birkinshaw, 2010., Wang et al., 2013., Alonso et al., 2016)، قابل تأمل است. به عبارتی دیگر، با توجه به نقش مهم و حیاتی تشخیص فرصت در فرآیند شروع و توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی و سایر بخش‌ها، می‌توان اذعان 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 می‌باشد. گرچه در سال‌های اخیر به‌منظور حل این مشکل، بحث کارآفرینی کشاورزی و کارآفرینی روستایی در کشور مطرح شده است اما در این خصوص

پیشرفت چندانی حاصل نشده است، در تأیید این ادعا می‌توان بیان کرد که نتایج بررسی‌ها درباره سهم اشتغال موجود در میان رسته‌های مختلف شغلی حاکی از آن است که سهم بخش‌های صنعت و خدمات از تعداد شاغلان کشور در طی سال‌های ۱۳۸۴-۱۳۹۷ افزایش و سهم بخش کشاورزی کاهش یافته است. به‌گونه‌ای که سهم بخش کشاورزی از تعداد شاغلان کشور از ۲۴/۷ درصد سال ۱۳۸۴ به ۱۷/۷ درصد در سال ۱۳۹۷ رسیده است. این در حالی است که سهم بخش صنعت و خدمات به ترتیب از ۳۰/۳ درصد در سال ۱۳۸۴ به ۳۲ درصد و از ۴۵ درصد به ۵۰/۳ درصد در سال ۱۳۹۷ نیز افزایش یافته است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۷).

با وجود پتانسیل‌های بالا و وسعت چشمگیر در استان خراسان شمالی، به دلیل عدم تشخیص مناسب فرصت‌های کارآفرینانه و انجام نپذیرفتن تحقیقات و پژوهش‌های لازم در این حوزه نمی‌توان از پتانسیل موجود در استان در جهت رونق اقتصادی و توسعه پایدار بهره جست. در تأیید این ادعا می‌توان بیان کرد که طرح‌های بهره‌بردار برای تعداد معدودی از گونه‌های دارویی تهیه شده است که این امر ناشی عدم آگاهی کشاورزان از این موضوع که گیاهان دارویی آبی، سود مورد انتظار بیشتری در مقایسه با اکثر گیاهان زراعی، سبزی و صیفی دارند (حسینی، ۱۳۹۸) که درآمد خالص این گیاهان در زمین‌های کم‌بازده به مراتب بهتر از بیشتر گیاهان زراعی است (Deshpande et al., 2006). همچنین آشنا نبودن کشاورزان با نحوه کشت و کار گیاهان دارویی، سبب شده تا استقبال و تمایل چندانی از جانب کشاورزان برای کشت این نوع گیاهان در استان به جزء زعفران وجود نداشته باشد (مرکز تحقیقات کشاورزی و منابع طبیعی خراسان شمالی، ۱۳۹۶).

لذا با عنایت به موضوعات یاد شده شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه به‌منظور استفاده‌ی هرچه بهتر از پتانسیل‌های بالقوه منطقه امری اجتناب‌ناپذیر خواهد بود و می‌توان نتیجه گرفت که ارتقای قابلیت شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه کشاورزی به‌عنوان یکی از راه‌حل‌های بحران موجود در بخش کشاورزی می‌باشد. انجام این پژوهش ضمن بررسی عوامل مؤثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در حوزه تولیدات گیاهی و دارویی، زمینه را جهت توسعه‌ی کشت و کار این گیاهان فراهم کرده و در نهایت با اشتغال‌زایی سبب بهبود وضعیت اقتصادی و کاهش مهاجرت جمعیت ساکن در روستاهای منطقه خواهد شد. می‌توان گفت که به‌طور کلی، نادیده گرفتن بخش‌های مختلف اقتصادی از شکاف‌های محسوس در تحقیقات انجام شده در زمینه تشخیص فرصت کارآفرینانه محسوب می‌شود، به‌گونه‌ای که غالب تحقیقات تاکنون توجه خود را به بخش صنعت معطوف داشته‌اند و مطالعات خود را روی کارآفرینان این بخش انجام داده‌اند و کسب‌وکارهای کشاورزی نادیده گرفته شده‌اند، بنابراین شناسایی عوامل اثرگذار بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در بخش کشاورزی یک امر ضروری است. از بعد نظری، علی‌رغم ادبیات نسبتاً غنی که در زمینه شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه وجود دارد، اما در زمینه فرصت‌های کارآفرینانه در کشاورزی و حوزه گیاهان دارویی در کشور، به‌ویژه استان خراسان شمالی مطالعه‌ای انجام نشده است و این مطالعه یکی از نخستین پژوهش‌ها در زمینه شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در حوزه گیاهان دارویی در استان خراسان شمالی می‌باشد و از آنجایی که موضوع تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه و مؤلفه‌های مؤثر بر آن در بخش صنعت و خدمات و حتی بخش‌های مختلف کشاورزی اعم از دامپروری، آبزیان، باغبانی، زراعت و غیره متفاوت می‌باشد، انجام این تحقیق می‌تواند به توسعه ادبیات نظری در زمینه شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه گیاهان دارویی کمک نماید و در توسعه ادبیات نظری این حوزه نقش داشته باشد.

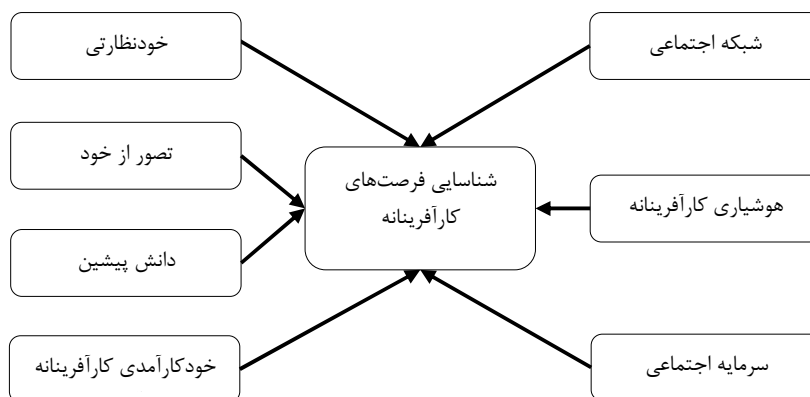
فرآیند کارآفرینی سازگاری است که به‌صورت کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها معرفی می‌شود و به‌واسطه تلاش‌هایی که پیش‌تر وجود نداشته باعث تولید کالاها و خدمات، راه‌های سازمان‌دهی، بازار، فرآیند و مواد خام جدید می‌گردد (Shane, 2003). به عبارتی دیگر، کارآفرینی در واقع همان یافتن منشأ فرصت‌ها و دخیل شدن در فرآیند شناسایی، کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از آن‌ها می‌باشد؛ آن دسته از افرادی که به شناسایی، کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها می‌پردازند کارآفرین نام دارند (Shane & Venkatraman, 2000).

یک فرصت کارآفرینانه شامل مجموعه‌ای از ایده‌ها، باورها و کنش‌هایی است که خلق محصولات و خدمات آتی را در غیاب بازارهای کنونی برای آنان ممکن می‌سازد. شناسایی فرصت کارآفرینانه، درک امکان ایجاد کسب‌وکاری جدید یا به‌طور مشخص بهبود وضعیت موجود یک کسب‌وکار است به نحوی که منجر به پتانسیل سودآوری تازه شود (Ardichvili & Cardozo, 2000). به بیانی دیگر، شناسایی فرصت کارآفرینانه عبارت است توانایی شناسایی یک ایده‌ی خوب و تبدیل آن ایده به یک

## بررسی عوامل مؤثر بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در بین تولیدکنندگان...

مفهوم تجاری که این مفهوم تجاری دارای ارزش و بازده اقتصادی است (Lumpkin & Bergman Lichtenstein, 2005; Scott & Scott, 2016).

پژوهش‌های متعدد و مختلفی در زمینه ادبیات شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه نیز مورد بررسی و مطالعه قرار گرفت. قلی‌پور و همکاران (۱۳۸۸)، در پژوهشی با عنوان، «بررسی عوامل مؤثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در حوزه‌ی فناوری اطلاعات» به نتایجی دست یافتند که حاکی از آن است که دانش پیشین و شبکه اجتماعی نقش مثبت و معنی‌داری بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه نیز دارند. 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 (معصومی و زمانی، ۱۳۹۴). الوانی و همکاران (۱۳۹۷)، در تحقیقی با عنوان، «شناسایی ابعاد هوشیاری کارآفرینانه بر مبنای رویکرد پردازش اطلاعات انسانی» به این نتیجه رسیدند که هوشیاری کارآفرینانه نقش معنی‌دار و مثبتی بر شناسایی فرصت کارآفرینانه نیز دارد. یافته‌های پژوهشی با عنوان، «تأثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر تشخیص فرصت‌ها: با ملاحظه نقش اشتیاق کارآفرینانه شرکت‌های دانش‌بنیان» نشان‌دهنده‌ی آن است که خودکارآمدی کارآفرینانه بر تشخیص فرصت تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد (اکبری و همکاران، ۱۳۹۷). سرخ‌مرد و جلالی (۱۳۹۷)، در پژوهشی با عنوان «نقش سرمایه اجتماعی در کشف و شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در سازمان‌ها» به این نتیجه رسیدند که سرمایه اجتماعی به دو صورت دسترسی به اطلاعات و تشخیص فرصت‌های کارآفرینی و همچنین تأمین اعتبارات مالی برای شروع کسب‌وکار، بر فرآیند کارآفرینی نیز تأثیر مثبت و معنی‌داری نیز دارد. نتایج تحقیقی با عنوان، «مدلی از فرآیند تشخیص فرصت‌های کارآفرینی»، حاکی از آن است که شبکه اجتماعی به‌صورت معنی‌دار و مثبتی بر تشخیص فرصت کارآفرینی اثرگذار می‌باشد (Ardichvili & Cardozo, 2000). یافته‌های پژوهشی با عنوان، «منابع اجتماعی اطلاعات در تشخیص فرصت: (تأثیر مربیان، شبکه‌های صنعت و انجمن‌های تخصصی)»، حاکی از آن است که خودکارآمدی کارآفرینی نقش مثبت و معنی‌داری بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه نیز دارد (Ozgen & Baron, 2007). وانگ و همکاران (wang et al., 2013) در پژوهشی به نتایجی دست یافتند که حاکی از آن است خودکارآمدی کارآفرینی به‌عنوان 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؛ به‌علاوه نتایج پژوهش آن‌ها حاکی از آن بود شبکه اجتماعی نقش مثبت و معنی‌داری بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه نیز دارد. اِکانم (Ekanem, 2015)، در پژوهشی به این نتیجه رسید که هوشیاری کارآفرینانه در شناسایی فرصت‌های کارآفرینی، نقش مثبت و معنی‌داری ایفا می‌کند. همچنین پژوهش‌های (Shane & Venkatraman, 2000., Shane, 2003; Lumpkin & Bergman Lichtenstein, 2005; Scott & Scott, 2016) نیز مورد مطالعه و بررسی قرار گرفت. با توجه به مطالعه و بررسی‌های انجام گرفته، چارچوب نظری تحقیق را می‌توان به صورت نگاره ۱ نشان داد.



نگاره ۱- مدل نظری پژوهش

با توجه به آنچه ذکر شد، هدف کلی تحقیق حاضر بررسی عوامل مؤثر بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در بین تولیدکنندگان گیاهان دارویی در استان خراسان شمالی است. به‌منظور دستیابی به هدف کلی، اهداف اختصاصی زیر مورد توجه قرار گرفت:

- بررسی ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای تولیدکنندگان گیاهان دارویی در میان نمونه مورد مطالعه؛
- بررسی نقش ویژگی‌های فردی کارآفرینانه بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در میان نمونه مورد مطالعه؛
- بررسی نقش شبکه اجتماعی بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در میان نمونه مورد مطالعه؛
- بررسی نقش سرمایه اجتماعی بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در میان نمونه مورد مطالعه؛ و
- بررسی نقش هوشیاری کارآفرینانه بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در میان نمونه مورد مطالعه

### روش پژوهش

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 ( $N=1350$ ). برای تعیین حجم نمونه از فرمول دانیل FPC Daniel (1990)، استفاده شد که با معلوم بودن حجم جامعه، نمونه‌گیری به‌صورت طبقه‌ای با انتساب متناسب تعداد پاسخگویان با در نظر گرفتن خطای ۵ درصد برابر با ۲۰۹ نفر مشخص شد، 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 ۹ بخش مختلف بود که یک بخش آن به ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای (جنسیت، سن، سطح سواد و وضعیت تأهل) صاحبان کسب‌وکار تولید گیاهان دارویی اختصاص داشت و ۸ 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 به‌منظور اطمینان از دقت و اعتمادپذیری پرسشنامه تحقیق نیز از ضریب آلفای کرونباخ 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 ۱)؛ به این صورت محتوای پرسشنامه تأیید شده و در اختیار پاسخگویان قرار داده شد. در این تحقیق از آزمون فریدمن برای اولویت‌بندی سازه‌های مستقل پژوهش در ارتباط با سازه وابسته پژوهش استفاده شد. با استفاده از اولویت‌بندی به کمک آزمون فریدمن، می‌توان اهمیت سازه‌های مستقل پژوهش را به ترتیب اولویت در ارتباط سازه وابسته پژوهش شناسایی کرد. همچنین در این پژوهش از آزمون یومن وایت‌نی، آزمون ضریب همبستگی پیرسون و آزمون علامت نیز استفاده شد؛ آزمون یومن وایت‌نی به بررسی تفاوت بین دو گروه مستقل در خصوص یک سازه که دارای داده‌های رتبه‌ای یا ترتیبی می‌باشد، می‌پردازد. همچنین آزمون ضریب همبستگی پیرسون به‌منظور تعیین میزان رابطه، نوع و جهت رابطه‌ی بین دو سازه فاصله‌ای یا نسبی به کار برده می‌شود. به‌علاوه، زمانی که محقق در نظر دارد ثابت کند که دو موقعیت با هم تفاوت دارند از آزمون علامت استفاده می‌شود. تنها الزامی که باید رعایت شود این است که در هر جفت از نظر سازه‌های نامربوط آزمایشگر باید به هم‌تاسازی رسیده باشد. یک راه برای رسیدن به چنین الزامی این است که هر آزمودنی را به‌عنوان گواه خودش به کار ببریم. به این شکل که در صورت معنی‌داری آماره، از روی تفاوت مثبت یا منفی با میانگین، وضعیت هر یک از عوامل فوق مشخص می‌شود (کلانتری، ۱۳۹۵). تجزیه و تحلیل داده‌های این پژوهش با استفاده از نرم‌افزار آماری Spss نسخه ۲۵، در دو سطح توصیفی و استنباطی انجام شد.

جدول ۱- ابزار تحقیق پایایی به تفکیک بخش‌های مختلف

ردیف	سازه	تعداد گویه‌ها	مقیاس اندازه‌گیری	آلفای کرونباخ
۱	تصور از خود	۷	ترتیبی	۰/۷۰۸
۲	خودنظارتی	۶	ترتیبی	۰/۸۰۰
۳	خودکارآمدی کارآفرینانه	۶	ترتیبی	۰/۷۲۰
۴	دانش پیشین	۸	ترتیبی	۰/۷۰۱
۵	سرمایه اجتماعی	۱۰	ترتیبی	۰/۸۳۱
۶	شبکه اجتماعی	۱۱	ترتیبی	۰/۸۰۱
۷	شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه	۱۱	ترتیبی	۰/۸۰۵
۸	هوشیاری کارآفرینانه	۸	ترتیبی	۰/۷۰۵

### یافته‌ها و بحث

نتایج و بحث ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای پاسخگویان: در این بخش برای شناخت بهتر خصوصیات نمونه مورد مطالعه توصیف مختصری از اطلاعات جمعیت‌شناختی ارائه می‌گردد. تحلیل جمعیت‌شناختی نشان می‌دهد که در نمونه مورد مطالعه از نظر جنسیت ۸۹ درصد آن‌ها معادل (۱۷۸) 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 تحصیلات ابتدایی و بی‌سواد بودند. حدود ۲۶/۵ درصد تحصیلات بالاتر از دیپلم داشتند. اکثریت 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 «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 داشت. در ارتباط با شبکه اجتماعی لازم به ذکر است که «ارتباط با سایر تولیدکنندگان» بالاترین و «ارتباط با شرکت‌های دانش‌بنیان 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 نمود. در ارتباط با وضعیت تصور از خود با توجه به ضریب تغییرات می‌توان بیان کرد، «عملیاتی کردن ایده‌های تولید گیاهان دارویی» بالاترین اولویت و «فروش محصولات از طریق بازاریابی» پایین‌ترین اولویت را به خود اختصاص داد. در ارتباط با شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه «توجه به بسته‌بندی گیاهان دارویی به‌عنوان یک کسب‌وکار 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 به‌عنوان 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، بررسی و تحلیل آزمون‌های صورت گرفته در رابطه با مدل پژوهش مورد توجه قرار گرفت. در همین راستا، نتایج آزمون فریدمن بر اساس جدول ۲، حاکی از آن است از دیدگاه تولیدکنندگان گیاهان دارویی، تمامی سازه‌های مستقل پژوهش در ارتباط با شناسایی

فرصت‌های کارآفرینانه در سطح  $P=0/01$  معنی‌دار بوده است. حال در این میان، سازه‌های خودکارآمدی کارآفرینانه، شبکه اجتماعی و سرمایه اجتماعی به ترتیب با میانگین ۴/۸۴، ۴/۷۴ و ۴/۱۶ دارای بیشترین اهمیت و سازه‌های تصور از خود و خودنظارتی به ترتیب با میانگین ۳/۲۳ و ۳/۵۹ به مراتب اهمیت کمتری در ارتباط با شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در بین تولیدکنندگان گیاهان دارویی را داشتند.

جدول ۲- اولویت‌بندی متغیرهای پژوهش در ارتباط با شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در بین تولیدکنندگان گیاهان دارویی

عوامل مؤثر	میانگین رتبه	اولویت	Df	$\chi^2$	Sig.
خودکارآمدی کارآفرینانه	۴/۸۴	۱	۶	۱۰۰/۳۶۰	۰/۰۰۱
شبکه اجتماعی	۴/۷۴	۲			
سرمایه اجتماعی	۴/۱۶	۳			
هوشیاری کارآفرینانه	۳/۸۶	۴			
دانش پیشین	۳/۶۰	۵			
خودنظارتی	۳/۵۹	۶			
تصور از خود	۳/۲۳	۷			

در این پژوهش، برای بررسی وضعیت میانگین گویه‌های تحقیق از آزمون علامت استفاده شد. آزمون علامت برای سازه‌های پژوهش در ارتباط با شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در بین تولیدکنندگان گیاهان دارویی در نظر گرفته شدند که سازه خودنظارتی معنی‌دار بوده است و با توجه به اینکه تفاوت از میانگین منفی در سازه فوق بیشتر از تفاوت از میانگین مثبت گزارش شده است، می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که در جامعه مورد بررسی افراد غالباً دارای میانگین خودنظارتی کمتری از میانگین جامعه هستند. همچنین در ارتباط با سازه سرمایه اجتماعی آزمون علامت معنی‌دار بوده است و با توجه به اینکه تفاوت از میانگین منفی در سازه فوق بیشتر از تفاوت از میانگین مثبت گزارش شده است، می‌توان چنین نتیجه‌گیری نمود که در جامعه مورد بررسی افراد غالباً دارای میانگین سرمایه اجتماعی کمتری از میانگین جامعه هستند؛ اما در مورد سایر سازه‌های پژوهش آزمون علامت معنی‌دار نشده است که این نشان می‌دهد تعداد افرادی که میانگین آن‌ها بالاتر از جامعه است با افرادی که میانگین آن‌ها کمتر از جامعه است برابر است و در کل می‌توان بیان کرد که شکل توزیع افراد به شکل برابر است (جدول ۳).

جدول ۳- بررسی وضعیت عوامل مرتبط با شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در بین تولیدکنندگان گیاهان دارویی

مؤلفه‌های مرتبط با شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه	فراوانی تفاوت منفی با میانگین	فراوانی تفاوت مثبت با میانگین	Z	Sig.
خودنظارتی	۱۱۹	۸۱	-۲/۶۱۶	۰/۰۰۹
سرمایه اجتماعی	۱۱۸	۸۲	-۲/۴۷۵	۰/۰۱۳
شبکه اجتماعی	۹۷	۱۰۳	-۰/۳۵۴	۰/۷۲۴
خودکارآمدی کارآفرینانه	۹۱	۱۰۹	-۱/۲۰۲	۰/۲۲۹
دانش پیشین	۹۲	۱۰۸	-۱/۰۶۱	۰/۳۸۹
تصور از خود	۹۰	۱۱۰	-۱/۳۴۴	۰/۱۷۹
هوشیاری کارآفرینانه	۹۵	۱۰۵	-۰/۶۳۶	۰/۵۲۵

بر اساس نتایج حاصل از بررسی ضریب همبستگی پیرسون که در جدول ۴ ارائه شده است، بین سازه سن و سازه‌های دانش پیشین، شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه و هوشیاری کارآفرینانه رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد که این بدان معنی است که با افزایش سن دانش و توانایی افراد در سه سازه فوق افزایش می‌یابد. همچنین، بر اساس نتایج به دست آمده بین سازه سن و سازه‌های خودنظارتی، سرمایه اجتماعی، شبکه اجتماعی، خودکارآمدی کارآفرینانه و تصور از خود رابطه معنی‌داری برقرار نشد.

## بررسی عوامل مؤثر بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در بین تولیدکنندگان...

جدول ۴- نتایج حاصل از بررسی ضریب همبستگی پیرسون

Sig.	R	سازه دوم	سازه اول
۰/۴۵۲	۰/۰۵۳	خودنظارتی	سن
۰/۸۷۸	-۰/۰۱۱	سرمایه اجتماعی	سن
۰/۲۸۶	۰/۰۷۶	شبکه اجتماعی	سن
۰/۵۲۱	۰/۰۴۶	خودکارآمدی کارآفرینانه	سن
۰/۰۴۹	۰/۱۳۹	دانش پیشین	سن
۰/۱۳۰	۰/۱۰۷	تصور از خود	سن
۰/۰۱۸	۰/۱۶۷	شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه	سن
۰/۰۳۶	۰/۱۴۸	هوشیاری کارآفرینانه	سن

در این تحقیق، برای بررسی تفاوت بین دو گروه مستقل در خصوص سازه‌های پژوهش از آزمون من وایتنی استفاده شد. در سازه‌های سرمایه اجتماعی و تصور از خود در بین مردان و زنان تفاوت معنی‌داری وجود دارد و با توجه به میانگین به دست آمده برای مردان و زنان، می‌توان بیان کرد که مردان نسبت به زنان دارای وضعیت مطلوب‌تر و بهتری از نظر سرمایه اجتماعی و تصور از خود می‌باشند (جدول ۵). بین تصور از خود افراد تولیدکننده از نظر شرکت یا عدم شرکت در دوره‌های کارآفرینی تفاوت معنی‌داری وجود دارد و با توجه به میانگین به دست آمده می‌توان بیان کرد که افرادی که در دوره‌های کارآفرینی شرکت کرده‌اند از تصور از خود بهتر و مطلوب‌تری نسبت به افرادی که در دوره‌های کارآفرینی شرکت نکرده‌اند، برخوردار می‌باشند (جدول ۶). همچنین، بین خودنظارتی افراد تولیدکننده گیاهان دارویی از نظر سابقه کشت تفاوت معنی‌داری وجود دارد و با توجه به میانگین به دست آمده می‌توان بیان کرد که افرادی که دارای سابقه کشت قبلی گیاهان دارویی بودند دارای خودنظارتی بهتر و مطلوب‌تر نسبت به افرادی که سابقه کشت قبلی را دارا نبوده‌اند، می‌باشند (جدول ۷). از لحاظ خودنظارتی، سرمایه اجتماعی، شبکه اجتماعی، خودکارآمدی کارآفرینانه و تصور از خود افراد تولیدکننده گیاهان دارویی از نظر تحصیلات دانشگاهی و فاقد تحصیلات دانشگاهی تفاوت معنی‌داری وجود دارد و با توجه به میانگین به دست آمده می‌توان بیان کرد که افرادی که دارای تحصیلات دانشگاهی هستند، از خودنظارتی، سرمایه اجتماعی، شبکه اجتماعی، خودکارآمدی کارآفرینانه و تصور از خود بهتر و مطلوب‌تری نسبت به افرادی که فاقد تحصیلات دانشگاهی بودند، برخوردار می‌باشند (جدول ۸).

جدول ۵- نتایج حاصل از آزمون مقایسه میانگین من وایتنی

Sig.	Z	U	میانگین	سازه دوم (جنسیت)	سازه اول
۰/۶۸۲	-۰/۴۰۹	۱۸۵۴/۵۰۰	۱۰۱/۰۸	مرد	خودنظارتی
			۹۵/۸۰	زن	
۰/۰۰۹	-۲/۶۳۱	۱۲۹۱/۰۰۰	۱۰۴/۲۵	مرد	سرمایه اجتماعی
			۷۰/۱۸	زن	
۰/۹۰۱	-۰/۱۲۴	۱۹۲۶/۵۰۰	۱۰۰/۶۸	مرد	شبکه اجتماعی
			۹۹/۰۷	زن	
۰/۲۴۹	-۱/۱۵۲	۱۶۶۹/۵۰۰	۱۰۲/۱۲	مرد	خودکارآمدی کارآفرینانه
			۸۷/۳۹	زن	
۰/۹۶۹	-۰/۰۳۹	۱۹۴۸/۰۰۰	۱۰۰/۵۶	مرد	دانش پیشین
			۱۰۰/۰۵	زن	
۰/۰۰۲	-۳/۰۶۳	۱۱۸۰/۵۰۰	۱۰۴/۸۷	مرد	تصور از خود
			۶۵/۱۶	زن	
۰/۱۹۸	-۱/۲۸۶	۱۶۳۱/۵۰۰	۱۰۲/۳۳	مرد	شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه
			۸۵/۶۶	زن	
۰/۳۵۸	-۰/۹۲۰	۱۷۲۴/۰۰۰	۱۰۱/۸۱	مرد	هوشیاری کارآفرینانه
			۸۹/۸۶	زن	



جدول ۶- نتایج حاصل از آزمون مقایسه میانگین من وایتنی

Sig.	Z	U	میانگین	سازه دوم (شرکت در دوره کارآفرینی)	سازه اول
۰/۴۰۵	-۰/۸۳۳	۳۵۹۸/۵۰۰	۱۰۶/۱۰ ۹۸/۴۸	شرکت عدم شرکت	خودنظارتی
۰/۱۵۹	-۱/۴۰۷	۳۳۹۲/۵۰۰	۱۰۹/۹۹ ۹۷/۰۸	شرکت عدم شرکت	سرمایه اجتماعی
۰/۷۶۶	-۰/۲۹۷	۳۷۸۹/۰۰۰	۹۸/۴۹ ۱۰۱/۲۲	شرکت عدم شرکت	شبکه اجتماعی
۰/۲۴۱	-۱/۱۷۲	۳۴۸۱/۵۰۰	۱۰۸/۳۱ ۹۷/۶۸	شرکت عدم شرکت	خودکارآمدی کارآفرینانه
۰/۱۵۸	-۱/۴۱۲	۳۳۱۰/۰۰۰	۱۱۰/۰۴ ۹۷/۰۶	شرکت عدم شرکت	دانش پیشین
۰/۰۵۶	-۱/۹۱۲	۳۲۱۱/۰۰۰	۱۱۳/۴۲ ۹۵/۸۴	شرکت عدم شرکت	تصور از خود
۰/۱۲۲	-۱/۵۴۷	۳۳۴۱/۵۰۰	۱۱۰/۹۵ ۹۶/۷۳	شرکت عدم شرکت	شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه
۰/۸۹۹	-۰/۱۲۷	۳۸۵۰/۰۰۰	۹۹/۶۴ ۱۰۰/۸۱	شرکت عدم شرکت	هوشیاری کارآفرینانه

جدول ۷- نتایج حاصل از آزمون مقایسه میانگین من وایتنی

Sig.	z	U	میانگین	سازه دوم (سابقه کشت گیاه دارویی)	سازه اول
۰/۰۸۴	-۱/۷۳۰	۴۱۶۶/۵۰۰	۱۰۶/۳۹ ۹۲/۲۰	دارای سابقه قبلی عدم سابقه قبلی	خودنظارتی
۰/۱۹۳	-۱/۳۰۲	۴۳۳۶/۰۰۰	۱۰۴/۹۴ ۹۴/۲۴	دارای سابقه قبلی عدم سابقه قبلی	سرمایه اجتماعی
۰/۵۹۰	-۰/۵۴۰	۴۶۳۹/۵۰۰	۹۸/۶۵ ۱۰۳/۱۰	دارای سابقه قبلی عدم سابقه قبلی	شبکه اجتماعی
۰/۷۹۸	-۰/۲۵۶	۴۷۵۴/۵۰۰	۹۹/۶۴ ۱۰۱/۷۲	دارای سابقه قبلی عدم سابقه قبلی	خودکارآمدی کارآفرینانه
۰/۳۲۴	-۰/۹۸۷	۴۴۶۱/۰۰۰	۱۰۳/۸۷ ۹۵/۷۵	دارای سابقه قبلی عدم سابقه قبلی	دانش پیشین
۰/۳۷۶	-۰/۸۸۶	۴۵۰۱/۵۰۰	۱۰۳/۵۳ ۹۶/۲۳	دارای سابقه قبلی عدم سابقه قبلی	تصور از خود
۰/۸۲۱	-۰/۲۲۶	۴۷۶۵/۰۰۰	۹۹/۷۳ ۱۰۱/۵۹	دارای سابقه قبلی عدم سابقه قبلی	شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه
۰/۶۶۷	-۰/۴۳۱	۴۶۸۳/۰۰۰	۱۰۱/۹۷ ۹۸/۴۲	دارای سابقه قبلی عدم سابقه قبلی	هوشیاری کارآفرینانه

جدول ۸- نتایج حاصل از آزمون مقایسه میانگین من وایتنی

Sig.	z	U	میانگین	سازه دوم (دارا و فاقد تحصیلات دانشگاهی)	سازه اول
۰/۰۱۶	-۲/۴۱۶	۳۳۷۵/۰۰۰	۹۳/۹۶ ۱۰۵/۰۶	غیردانشگاهی دانشگاهی	خودنظارتی
۰/۰۰۱	-۳/۸۷۰	۲۸۲۸/۰۰۰	۸۹/۹۹ ۱۲۳/۸۹	غیردانشگاهی دانشگاهی	سرمایه اجتماعی

ادامه جدول ۸

Sig.	z	U	میانگین	سازه دوم (دارا و فاقد تحصیلات دانشگاهی)	سازه اول
۰/۰۰۷	-۲/۶۷۶	۳۲۷۲/۵۰۰	۹۳/۲۱ ۱۱۶/۷۲	غیردانشگاهی دانشگاهی	شبکه اجتماعی
۰/۰۰۸	-۲/۶۳۷	۳۳۰۲/۰۰۰	۹۳/۴۳ ۱۱۶/۲۴	غیردانشگاهی دانشگاهی	خودکارآمدی کارآفرینانه
۰/۴۱۰	-۰/۸۲۴	۳۹۶۹/۰۰۰	۹۸/۲۶ ۱۰۵/۴۸	غیردانشگاهی دانشگاهی	دانش پیشین
۰/۰۵۹	-۱/۸۸۵	۳۵۷۱/۰۰۰	۹۵/۳۸ ۱۱۱/۹۰	غیردانشگاهی دانشگاهی	تصور از خود
۰/۵۴۳	-۰/۶۰۸	۴۰۵۰/۰۰۰	۹۸/۸۵ ۱۰۴/۱۸	غیردانشگاهی دانشگاهی	شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه
۰/۱۹۳	-۱/۳۰۲	۳۷۸۸/۵۰۰	۹۶/۹۵ ۱۰۸/۴۰	غیردانشگاهی دانشگاهی	هوشیاری کارآفرینانه

### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

امروزه، کارآفرینی به‌عنوان عاملی تعیین‌کننده در موفقیت اقتصادی یک کشور مطرح می‌باشد (Faggio & Silva, 2014). 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؛ چراکه شناسایی فرصت به‌عنوان قلب تپنده و شروع‌کننده 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. بر اساس یافته‌های پژوهش، پیشنهادها و راهکارهایی برای کمک به سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و مدیران سازمان‌های مختلف مرتبط با گیاهان دارویی و مسائل روستایی نیز ارائه می‌گردد.

(۱) علی‌رغم اینکه نتایج این پژوهش نشان داد که سه سازه تصور از خود، خودنظارتی و دانش پیشین در مقایسه با سایر سازه‌ها به‌مراتب از اهمیت کمتری در شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه نیز برخوردار می‌باشند، اما بر مبنای شواهد موجود در مطالعات پیشین تقویت این سه سازه می‌تواند به‌عنوان راهنمای مناسب و درست برای افکار، رفتارها و ارتباطات افراد باشند که منجر به بهبود باور افراد نسبت به راه‌اندازی و مدیریت موفق و اثربخش یک کسب‌وکار را به دنبال داشته باشد؛ بنابراین، پیشنهاد می‌گردد در دوره‌های آموزشی و ترویجی، به موضوعات روان‌شناختی از طریق ایجاد اطمینان به خود در افراد در زمینه بازاریابی، شناسایی نیازهای مشتریان، موانع و مشکلات تولیدکنندگان گیاهان دارویی از قبیل موانع بازاریابی و بازار رسانی، آفات و بیماری‌های گیاهان دارویی و غیره مورد توجه قرار گیرد. این یافته نیز با مطالعات کرزنر (Kurzner, 1997)، ونکاتارامن (Venkatraman, 1997)، بارون و وارد (Baron & Ward, 2004)، لیم و خاویر (Lim & Xavier, 2015) و توان (Tuan, 2015) نیز مطابقت داشت.

(۲) نتایج تحقیق نشان داد که شبکه اجتماعی و سرمایه اجتماعی نقش پراهمیتی در شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه نیز دارند. لذا پیشنهاد می‌شود توجه به توسعه شبکه اجتماعی با توجه به فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی موجود در منطقه سبب اشتراک‌گذاری دانش و تجربیات موفق در میان افراد تولیدکننده شده و همچنین باعث آگاهی و آشنایی افراد با ایده‌های متنوع و نوین در زمینه تولیدات گیاهان دارویی شود. همچنین توسعه شبکه اجتماعی باعث بهبود و ارتقاء سرمایه اجتماعی افراد تولیدکننده از طریق ترغیب و تشویق تولیدکنندگان گیاهان دارویی نسبت به انجام کار گروهی و تیم‌سازی و تدوین اهداف مشترک و ایجاد اعتماد بین آن‌ها از طریق رفتار مبتنی بر صداقت می‌شود. این یافته پژوهش حاضر با بررسی مطالعات آردیچویلی و کاردوزو (Ardichvili & Cardozo, 2000)، وانگ و همکاران (Wang et al., 2013)، (قلی‌پور و همکاران، ۱۳۸۹) و

(سرخ‌مرد و جلالی، ۱۳۹۷) که بیان می‌دارند که شبکه اجتماعی و سرمایه اجتماعی بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه تأثیر مثبت و معنی‌دار دارند، همخوانی داشت.

۳) نتایج پژوهش نشان داد که هوشیاری کارآفرینانه و خودکارآمدی کارآفرینانه نیز نقش مهمی در شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه دارند. طبق نظر لانگکمپ و لین (Langkamp & Lane, 2012) و لاسل و مک‌لوی (Lassalle & McElwee, 2016)، هوشیاری کارآفرینانه یک استعداد فطری و غریزی نیست، بلکه هوشیاری کارآفرینانه نیز از راه تجربه کارآفرینی و گردآوری تجربه‌های تجاری ایجاد می‌شود که در آن جمع‌آوری اطلاعات از طریق تمرین و عمل فرا گرفته می‌شود. همچنین فوربس (Forbes, 2005)، کنستانتین (Constantine et al., 1998) و دنوبل و همکاران (De Noble et al., 1999) اعتقاد دارند که خودکارآمدی کارآفرینانه اعتماد افراد به توانایی خود در انجام و دنبال کردن جنبه‌های گوناگون کارآفرینی است و به‌عنوان عاملی مهم در ارتقاء سطح شغلی جوانان شناخته شده است. از این‌رو، پیشنهاد می‌گردد با ایجاد مراکز کارآفرینی و ارائه خدمات کارآفرینانه و مشاوره‌ای با استفاده از حضور مربیان، کارشناسان و تولیدکنندگان برتر منطقه، زمینه کسب اطلاعات لازم، تحلیل و به‌کارگیری این اطلاعات در رابطه با گیاهان دارویی برای افراد تولیدکننده، به‌ویژه تولیدکنندگان نوپا فراهم شود. همچنین پیشنهاد می‌شود در این دوره‌ها در راستای افزایش آگاهی و دانش تولیدکنندگان در مورد نحوه کشت انواع گیاهان دارویی و همچنین سود حاصل از این گیاهان در مقایسه با سایر محصولات پرداخته شود، این موضوع سبب می‌شود تا افراد تولیدکننده توانایی و اطمینان لازم از نظر دارا بودن مهارت مورد نیاز جهت کشت گیاهان دارویی و همچنین گسترش واحد تولیدی خود را دارا شوند. این نتیجه به دست آمده در این تحقیق با پژوهش‌های (الوانی و همکاران، ۱۳۹۷)، (اکبری و همکاران، ۱۳۹۷)، ازگن و بارون (Ozgen & Baron, 2007) و اِکانم (Ekanem, 2015) که به این نتیجه رسیدند هوشیاری کارآفرینانه و خودکارآمدی کارآفرینانه منجر به تسهیل در شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه می‌شود، مطابقت داشت.

#### منابع

- اکبری، م.، دیانتهی، م.، و کریمی، آ. (۱۳۹۷). تأثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر تشخیص فرصت‌ها: با ملاحظه‌ی نقش اشتیاق کارآفرینانه‌ی شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در پارک‌های علم و فناوری شهر تهران. *مجله توسعه کارآفرینی*، دوره ۱۱، شماره ۱، صص ۸۰-۶۱.
- الوانی، س. ر.، طالبی‌کوهستانی، م. ر.، محمودزاده، س. م.، و عطایی، م. (۱۳۹۷). شناسایی ابعاد هوشیاری کارآفرینانه بر مبنای رویکرد پردازش اطلاعات انسانی (مورد مطالعه: کارآفرینان استان تهران و البرز). *مجله توسعه کارآفرینی*، دوره ۱۱، شماره ۲، صص ۲۴۰-۲۲۱.
- امیدبیگی، ر. (۱۳۸۷). گیاهان دارویی، سرزمین‌های کم بهره، اشتغال‌زایی. هفتمین همایش مراکز تحقیق و توسعه صنایع و معادن، تهران، ۴ تیر، صص ۳-۱.
- حسینی، س. ا. (۱۳۹۸). مقایسه سود اقتصادی کشت گیاهان دارویی با محصولات زراعی در استان خراسان رضوی. *نشریه علمی ترویجی فناوری گیاهان دارویی ایران*، دوره ۲، شماره ۱، صص ۱۳-۱۰.
- سرخ‌مرد، س. و.، و جلالی، ع. (۱۳۹۷). نقش سرمایه اجتماعی در شناسایی و کشف فرصت‌های کارآفرینی در سازمان‌ها. *دومین کنفرانس ملی مطالعات نوین مدیریت در ایران*، کرج، ۲۹ دی، صص ۱۷-۱۰.
- قلی‌پور، ر.، آقاجانی، ح.، کرامتی کریمی، م. (۱۳۸۸). بررسی عوامل مؤثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در حوزه‌ی فناوری اطلاعات. *فصلنامه توسعه کارآفرینی*، سال اول، شماره ۳، صص ۱۵۸-۱۲۳.
- کشفی‌بناب، ع. ر. (۱۳۸۹). مزیت نسبی اقتصادی کشت و تجارت گیاهان دارویی در ایران و ارزش آن در بازارهای جهانی. *مجله بررسی‌های بازارگانی*، دوره ۸، شماره ۴۴، صص ۷۸-۶۷.
- کلاگر، پ. و آقایی، م. (۱۳۹۳). بررسی نقش کارآفرینی کشاورزی در توسعه روستایی. *نشریه کارآفرینی در کشاورزی*، جلد ۱، شماره ۱، صص ۸۳-۶۱.
- کلانتری، خ. (۱۳۹۵). *پردازش و تحلیل داده‌ها در تحقیقات اجتماعی-اقتصادی*. تهران: فرهنگ صبا.

مرادی‌لاکه، م.، سعیدی، م.، و ناصربخت، م. (۱۳۸۷). آگاهی عطاران شهر تهران از ویژگی‌های گیاهان دارویی. فصلنامه پایش، شماره ۴، صص ۳۲۸-۳۲۱.

مرکز آمار ایران. (۱۳۹۷). دفتر جمعیت، نیروی کار و سرشماری. چکیده‌ی نتایج طرح آمارگیری نیروی کار. صص ۶. مرکز تحقیقات کشاورزی و منابع طبیعی خراسان شمالی. (۱۳۹۶). گزارش «مشکل بازاریابی و فرآوری گیاهان دارویی در خراسان شمالی نیاز به درمان دارد». قابل دسترسی در آدرس اینترنتی: <http://www.isna.ir/amp//Bojnourd> <44182.

معصومی، ا.، و زمانی، ن. (۱۳۹۴). مدل تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در بخش کشاورزی. نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد ۱، شماره ۴، صص ۱۸-۱.

وزارت امور اقتصادی و دارایی، معاونت امور اقتصادی. (۱۳۹۹). دفتر آینده‌پژوهی، مدلسازی و مدیریت اطلاعات اقتصادی. قابل دسترسی در آدرس اینترنتی: <https://databank.mefa.ir/>.

وزارت تعاون و کار و رفاه اجتماعی. (۱۳۹۵). معاونت توسعه کارآفرینی و اشتغال، دبیرخانه طرح تکاپو. خلاصه مطالعات و اقدامات طرح توسعه کسب‌وکار و اشتغال پایدار (تکاپو) استان خراسان شمالی. صص ۴.

- Alonso, M. A. P., Sanchez, J. C., and 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.
- Ardichvili, A., and Cardozo, R. N. (2000). A model of the entrepreneurial opportunity recognition process. *Journal of Enterprising Culture*, 8(02), 103-119.
- Baron, R. A., and Ward, T. B. (2004). Expanding entrepreneurial cognition's toolbox: Potential contributions from the field of cognitive science. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(6), 553-573.
- Constantine, M. G., Erickson, C. D., Banks, R. W., and Timberlake, T. L. (1998). Challenges to the career development of urban racial and ethnic minority youth: Implications for vocational intervention. *Journal of Multicultural Counseling and Development*, 26(2), 83-95.
- De Noble, A. F., Jung, D., and Ehrlich, S. B. (1999). Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial action. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 1999(1), 73-87.
- Deshpande, R. S., Neelakanta, N. T., and 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*, 115, 1-113.
- Ekanem, I. (2015). Entrepreneurial learning: Gender differences. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21(4), 557-577.
- Faggio, G., and Silva, O. (2014). Self-employment and entrepreneurship in urban and rural labour markets. *Journal of Urban Economics*, 84, 67-85.
- Forbes, D. P. (2005). The effects of strategic decision making on entrepreneurial self-efficacy. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 599-626.
- Hill, S. A., and Birkinshaw, J. M. (2010). Idea sets: Conceptualizing and measuring a new unit of analysis in entrepreneurship research. *Organizational Research Methods*, 13(1), 85-113.
- Kirzner, I. M. (1997). Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach. *Journal of Economic Literature*, 35(1), 60-85.
- Langkamp Bolton, D., and Lane, M. D. (2012). Individual entrepreneurial orientation: Development of a measurement instrument. *Education+ Training*, 54(2/3), 219-233.
- Lassalle, P., and McElwee, G. (2016). Polish entrepreneurs in Glasgow and entrepreneurial opportunity structure. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 22(2), 260-281.
- Lim, W. L., and Xavier, S. R. (2015). Opportunity recognition framework: Exploring the technology entrepreneurs. *American Journal of Economics*, 5(2), 105-111.
- Lumpkin, G. T., and Lichtenstein, B. B. (2005). The role of organizational learning in the opportunity-recognition process. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(4), 451-472.
- Ozgen, E., and Baron, R. A. (2007). Social sources of information in opportunity recognition: Effects of mentors, industry networks, and professional forums. *Journal of Business Venturing*, 22(2), 174-192.
- Scott, J. T., and Scott, T. J. (2016). The entrepreneur's idea and outside finance: Theory and evidence about entrepreneurial roles. *European Economic Review*, 86, 118-130.
- Shane, S. A. (2003). *A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus*. Northampton Massachusetts: Edward Elgar Publishing.

- Shane, S., and Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Tuan, L. T. (2015). Entrepreneurial orientation and competitive intelligence: Cultural intelligence as a moderator. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 17(2), 212-228.
- Venkataraman, S. (1997). The distinctive domain of entrepreneurship research. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 3(1), 119-138.
- Wang, Y. L., Ellinger, A. D., and Wu, Y. C. J. (2013). Entrepreneurial opportunity recognition: An empirical study of R & D personnel. *Management Decision*, 51(2), 248-266.

**Article Type: Research Article**

**Investigating Factors Affecting the Identification of Entrepreneurial Opportunities among the Herbal Plant Producers in North Khorasan Province**

**S. Ramezani<sup>1</sup>, A. Rezvanfar<sup>2\*</sup> and A. Alambeigi<sup>3</sup>**

(Received: May 21. 2020; Accepted: Sep 20. 2020)

**Abstract**

This research was done with the aim of investigating factors affecting the identification of entrepreneurial opportunities among the Herbal plant producers in North Khorasan province. The statistical population was all the herbal plant producers of North Khorasan province in 2019. Out of them, 209 farmers were selected by convenient sampling method. The main instrument for data collection was a questionnaire whose validity was evaluated by panel of experts, and its reliability was confirmed using Cronbach's alpha. The results of reliability evaluations revealed that the alpha coefficients for all constructs are greater than 0.7. Data were analyzed using SPSS25. The results of Freidman test regarding factors affecting the identification of entrepreneurial opportunities indicated that three factors entrepreneurial self-efficacy, social networking, and social capital had the greatest importance in identifying entrepreneurial opportunities, respectively. According to the results of the Mann-whitney test, people with a previous cultivation experience of herbal plants have a higher self-image mean than the others. Also, people who participated in entrepreneurial courses had great self-image. It should be mentioned that academic graduates had higher self-monitoring, self-image, social capital, social network, and entrepreneurial self-efficacy than the farmers with no academic degrees. Plus, the results obtained from the sign test revealed that only in the two structures of self-monitoring and social capital individuals often have a lower average mean than the population average mean. Moreover, the results of Pearson correlation coefficient showed significant and positive correlations among age and three variables prior knowledge, identifying entrepreneurial opportunities, and entrepreneurial consciousness.

**Keywords:** Identifying entrepreneurial opportunities, Herbal plants, Agricultural entrepreneurship, North Khorasan.

---

<sup>1</sup> M.Sc. Graduated, Agricultural Extension and Education, Department Of Agricultural Extension and Education, University Of Tehran, Karaj, Iran

<sup>2</sup> Professor, Agricultural Extension and Education, Department Of Agricultural Extension and Education, University Of Tehran, Karaj, Iran.

<sup>3</sup> Assistant Professor, Agricultural Extension and Education, Department Of Agricultural Extension and Education, University Of Tehran, Karaj, Iran

\* Corresponding Author, Email: arezvan@ut.ac.ir