

Research Paper

Modeling Agricultural Entrepreneurial Opportunity Recognition in Kermanshah Province: Application of NVivo Software

Mojgan Khoshmaram¹, *Kiomars Zarafshani², Aliasghar Mirakzadeh³, Amirhossein Alibaygi²

1. PhD, Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, Razi University, Kermanshah, Iran.

2. Associate Professor, Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, Razi University, Kermanshah, Iran.

3. Assistance Professor, Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, Razi University, Kermanshah, Iran.



Citation: Khoshmaram, M., Zarafshani, K., Mirakzadeh, A., & Alibaygi, A. (2017). [Modeling Agricultural Entrepreneurial Opportunity Recognition in Kermanshah Province: Application of NVivo Software (Persian)]. *Journal of Rural Research*, 8(3), 388-403. <http://dx.doi.org/10.22059/JRUR.2017.63477>

doi: <http://dx.doi.org/10.22059/JRUR.2017.63477>

Received: 29 Oct. 2016

Accepted: 10 Apr. 2017

ABSTRACT

Although agriculture is an important sector in economy in general and providing employment opportunities in particular, individuals' limited ability to recognize entrepreneurial opportunities in agriculture has reduced the share of agriculture in employment. Therefore, the promotion of opportunity recognition skills in agriculture can solve unemployment challenges. In this regard, this qualitative study attempted to present a model for agricultural entrepreneurial opportunity recognition using NVivo software. The study participants consisted of all agricultural entrepreneurs in Kermanshah Province. Of them, 19 cases of agricultural entrepreneurs were selected by theoretical sampling. Results revealed that the major components of our proposed model in opportunity recognition included social capital, human capital, environmental support, psychological characteristics, alertness, and personal and environmental turbulence. Results of this study have practical implications for agricultural policy makers, science and technology parks, agricultural organization, entrepreneurship education trainers, and higher agricultural education system. Moreover, the results have practical significance towards resistive economy.

Key words:

Opportunity recognition, Agricultural entrepreneurship, NVivo software

Extended Abstract**1. Introduction**

Opportunity Recognition (OR) has long been accepted as a key aspect of the entrepreneurial process. OR is a vitally important new area of entrepreneurship research. Many definitions of entrepreneurship have increasingly focused on OR as a central idea to understand entrepreneurial behavior. In other words, OR was considered as a crucial step in the entrepreneurial process. Therefore, finding proper opportunities for new businesses are the most important compo-

nents of a successful entrepreneur. Nevertheless, given the same set of conditions, not all people can identify a given entrepreneurial opportunity.

Some people are able to identify opportunities that others overlook. In addressing this interesting but challenging research question as to why some people and not others are able to identify entrepreneurial opportunities, previous studies lend support to the view that ability of an entrepreneur to recognize opportunity is affected and restricted by several factors. These factors include such as personal features, prior knowledge, social capital, cognitive learning ability, entrepreneurial motivation, resource endowments, and social conditions. Although OR has

*** Corresponding Author:**

Kiomars Zarafshani, PhD

Address: Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, Razi University, Kermanshah, Iran.

Tel: +98 (918) 1310535

E-mail: Zarafshani2000@yahoo.com

been the focus of entrepreneurship research, little attention has been paid to factors influencing OR in the context of agriculture. In other words, agriculture has a major role in economy in general and employment opportunities in particular; however, individuals' weakness to recognize entrepreneurial opportunities in agriculture has reduced the share of agriculture in employment. Therefore, the enhancement of opportunity recognition skills in agriculture can solve unemployment challenges.

In recent years, several models of opportunity recognition and or development have been introduced. The models are based on different, but conflicting assumptions borrowed from various disciplines, from cognitive psychology to Austrian economics. These attempts have greatly enriched our understanding of opportunity identification, but they fell short of offering a comprehensive understanding of the process for two major reasons. Also no consensus exists among entrepreneurship researchers on major concepts to define and operationalize the processes in question. In a nut shell, we are still far from reaching a complete theory of OR and development. If we want to successfully bridge the gap between research and practice, such a theory is a must. In other words, a sound theory identifies and defines practical problems; prescribe or evaluate solutions to these problems; and respond to new problems with no previously identified solutions.

2. Methodology

This study was qualitative in paradigm and using grounded theory approach. The study participants consisted of all agricultural entrepreneurs in Kermanshah Province. Of them, 19 cases of agricultural entrepreneurs were selected by theoretical sampling. In this study, we achieved theoretical saturation after 19 interviews. The relevant data were collected by using individual deep interviews. The obtained data were analyzed using open, axial, and selective coding with the aid of NVivo software.

3. Results

Results revealed that the major components of our proposed model in agricultural entrepreneurial opportunity recognition included social capital, human capital, environmental support, psychological characteristics, alertness, as well as personal and environmental turbulence.

4. Discussion

The findings of this study were similar to the result of [Bhagavatula et al. \(2010\)](#) and [Ramezanpour et al. \(2014\)](#) studies on effect of human capital components in OR;

[Moghimi Esfandabadi et al. \(2016\)](#) and [Kolawole et al. \(2014\)](#) studies on the effect of social capital components in OR; [Zhou \(2011\)](#) and [Webb et al. \(2011\)](#) studies on the effect of environmental support components in OR; [Ko \(2012\)](#) study on the effect of alertness components in OR; [Tang \(2010\)](#) study on effect of turbulence components in OR; and [Garg et al. \(2011\)](#) studies on the effect of psychological characteristics components in OR.

5. Conclusion

Results of this study have practical implications for agricultural policy makers, science and technology parks, agricultural organization, entrepreneurship education trainers, and higher agricultural education system. Moreover, the results have practical significance towards resistive economy. Hence, the expected results will help identify problems of Iran's agricultural entrepreneurs and young people in rural area to act more efficiently in their opportunity recognition process and train them to become better entrepreneurs and create new ventures that generate more value.

Acknowledgments

The present paper was extracted from the PhD thesis of the first author in the Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, Razi University of Kermanshah.

Conflict of Interest

The authors declared no conflicts of interest.



پرویشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

طراحی و تبیین الگویی برای تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی استان کرمانشاه: کاربرد نرم‌افزار NVivo

مژگان خوش‌مرام^۱، کیومرث زرافشانی^۲، علی اصغر میرک‌زاده^۳، امیرحسین علی‌بیگی^۲

۱- دکترا، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

۲- دانشیار، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

۳- استادیار، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

حکیده

تاریخ دریافت: ۸ آبان ۱۳۹۵

تاریخ پذیرش: ۱۰ اردیبهشت ۱۳۹۶

اگرچه کشاورزی به عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی کشور، قابلیت زیادی برای اشتغال جمعیت بیکار کشور دارد، اما ناتوانی افراد در تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه موجب شده است با وجود فرصت‌های بی‌شمار در این بخش، سهم بخش کشاورزی از اشتغال کشور روزبه‌روز کاهش یابد. از این‌رو، در شرایط موجود بهبود قابلیت افراد برای تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه کشاورزی می‌تواند راهگشای بسیاری از مشکلات کشور باشد. در این راستا، مطالعه حاضر با بهره‌گیری از الگوی کیفی و نرم‌افزار NVivo به طراحی و تبیین الگوی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی استان کرمانشاه پرداخته است. جامعه مطالعه‌شده در این پژوهش، تمام کارآفرینان بخش کشاورزی استان کرمانشاه بودند که نمونه‌های مطالعه‌شده به روش نمونه‌گیری نظری انتخاب شدند. در نهایت با انجام ۱۹ مصاحبه، برای تولید نظریه اشباع نظری حاصل شد و فرایند جمع‌آوری داده‌ها خاتمه یافت. نتایج نشان داد مؤلفه‌های اصلی الگوی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی استان کرمانشاه عبارتند از: سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی، حمایت‌های محیطی، ویژگی‌های روان‌شناختی، هوشیاری و تلاطم‌ها. نتایج این مطالعه می‌تواند دستاوردهایی برای سیاست‌گذاران عرصه کشاورزی، پارک‌های علم و فناوری، سازمان جهاد کشاورزی، طراحان دوره‌های آموزش کارآفرینی و نظام آموزش عالی کشاورزی به دنبال داشته باشد.

کلیدواژه‌ها:

شناسایی فرصت، کارآفرینی کشاورزی، نرم‌افزار NVivo

مقدمه

مطرح شده است، اما آمارهای موجود نشان می‌دهد نتوانسته‌ایم در این خصوص پیشرفت چندانی داشته باشیم. در تأیید این مدعا، می‌توان به آمار مربوط به رتبه‌بندی کشورهای مختلف جهان بر اساس شاخص کارآفرینی و توسعه جهانی استناد کرد.

آمار یادشده حاکی از آن است که بر اساس این شاخص، ایران از بین ۷۱ کشور مطالعه‌شده، در جایگاه ۶۹ام جهان قرار دارد (Acs & Szerb, 2010). حال این سؤال مطرح می‌شود که این رتبه‌بندی بر اساس چه معیارهایی تدوین شده است. برای پاسخ به این سؤال شاخص‌های سازمان دیده‌بان جهانی در جدول شماره ۱ آمده است. در این شاخص (در سال ۲۰۱۲)، ایران از نظر قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی با میزان ۳۹ درصد از بین ۱۳ کشور هم‌گروه خود، رتبه سیزدهم را کسب کرده و پایین‌تر از میانگین (۶۲ درصد) قرار گرفته است. همچنین، نتایج سازمان دیده‌بان جهانی کارآفرینی نشان می‌دهد شاخص قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در کشور ایران از ۴۶ درصد در سال ۲۰۱۱ به ۳۹ درصد در سال ۲۰۱۲ کاهش یافته است (Faculty of Entrepreneurship, 2012).

بخش کشاورزی به عنوان بزرگ‌ترین بخش اقتصادی کشور پس از بخش خدمات، حدود ۱۲ درصد از تولید ناخالص ملی را به خود اختصاص داده است و محل اشتغال بخش گسترده‌ای از جمعیت کشور به شمار می‌رود (Layeghi, Ghasemi, & Babaei, 2012). با وجود اهمیت و قابلیت‌های فراوان بخش کشاورزی کشور از نظر تنوع اقلیمی، وجود منابع و ذخایر غنی، امکان ایجاد اشتغال مولد کم‌هزینه و زودبازده و وجود مزیت نسبی در تولید و صدور محصولات، سهم این بخش در اشتغال کشور روزبه‌روز در حال کاهش است. گزارش مرکز آمار ایران (۲۰۱۲) حاکی از آن است که سهم بخش‌های صنعت و خدمات از تعداد شاغلان کشور طی سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۱، افزایش و سهم بخش کشاورزی کاهش یافته است. در این راستا، سهم بخش کشاورزی از تعداد شاغلان کشور از ۲۴/۷ درصد در سال ۱۳۸۴ به ۱۸/۹ درصد در سال ۱۳۹۱ رسیده است. اگرچه در سال‌های اخیر به منظور حل این مشکل، بحث کارآفرینی کشاورزی و روستایی در کشور

* نویسنده مسئول:

دکتر کیومرث زرافشانی

نشانی: کرمانشاه، دانشگاه رازی، دانشکده کشاورزی، گروه ترویج و آموزش کشاورزی.

تلفن: +۹۸ (۹۱۸) ۱۳۱۰۵۳۵

رایانامه: Zarafshani2000@yahoo.com

جدول ۱. مقایسه ایران با برخی کشورهای هم‌گروه از نظر ادراکات کارآفرینانه در میان جمعیت ۴۶ تا ۸۱ ساله

شاخص (برحسب درصد)	ایران	مصر	آنگولا	فلسطین	نیجریه	اوگاندا
قابلیت تشخیص فرصت	۳۹/۱۷	۵۳/۷۲	۶۶/۱۷	۴۶/۱۴	۸۲/۱۹	۸۰/۶۹
درک قابلیت‌های کارآفرینانه	۵۴/۱۵	۵۸/۶۶	۷۲/۰۵	۵۹/۳۷	۸۷/۹۳	۸۷/۶۹
ترس از شکست	۳۹/۸۶	۳۵/۶۴	۳۲/۹۵	۳۹/۶۰	۲۲/۶۱	۱۸/۶۲
نیت کارآفرینانه	۲۲/۲۸	۴۳/۵۸	۷۰/۶۵	۳۷/۴۵	۴۷/۲۸	۷۱/۷۶
کارآفرینی به عنوان یک حرفه مناسب	۶۰/۱۹	۸۳/۰۱	۰/۰۰	۸۴/۵۶	۸۱/۶۹	۰/۰۰
منزلت اجتماعی کارآفرینان	۷۲/۹۷	۸۷/۲۲	۰/۰۰	۸۰/۴۳	۷۶/۰۱	۰/۰۰
توجه رسانه‌ها به کارآفرینان موفق	۶۱/۰۴	۶۳/۷۱	۰/۰۰	۷۰/۹۲	۷۸/۱۴	۰/۰۰

نظام‌های پژوهش‌های روستایی

(منبع: گزارش مدیریتی پنجمین برنامه پژوهشی ارزیابی شاخص‌های کارآفرینی در ایران، ۱۳۹۱)

سرمایه انسانی نظیر تحصیلات، تجربه کارآفرینی (Dimov, 2003) و دانش قبلی (Shepherd & De Tienne, 2005) ارتباط دارد.

سرمایه اجتماعی (Audretsch, Aldridge, & Sanders, 2011) و شبکه‌های اجتماعی از دیگر عوامل تأثیرگذار بر شناسایی فرصت است (Hoang & Young, 2000). شبکه‌های اجتماعی به دو بخش روابط قوی و ضعیف تقسیم شده است. روابط قوی نشان‌دهنده ارتباطات کارآفرین با خانواده و دوستان نزدیک است (Greve & Salaff, 2003). روابط ضعیف به روابط فرد با شبکه‌های خاصی اشاره دارد که می‌تواند موجب دسترسی افراد به اطلاعات و ایده‌های نو شود (Ramezani, Amiryan, & Mosleh Shirazi, 2014).

عوامل محیطی از دیگر مواردی است که بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی تأثیر می‌گذارد. برخی از عوامل محیطی که در سطح کلان می‌توانند بر فرایند شناسایی فرصت تأثیر بگذارند عبارت‌اند از: رشد اقتصادی جامعه، زمینه سیاسی و اجتماعی، موقعیت جغرافیایی و ارزش‌های فرهنگی. اقتصاددانان معتقدند که هرگونه تغییری در فناوری، آداب‌ورسوم اجتماعی، فضای سیاسی و شرایط جمعیت‌شناختی منجر به خلق مجموعه جدیدی از اطلاعات می‌شود که به فرایند شناسایی، کشف یا خلق فرصت کمک می‌کند (Webb, Ireland, Hitt, Kistruck, & Tihanyi, 2011). تانگ^۱ (۲۰۱۰) معتقد است که محیط کارآفرینی متغیری میانجی است که تأثیر ویژگی‌های فردی را بر شناسایی فرصت تعدیل می‌کند.

تلاطم‌های شخصی که به وقایع و اتفاقات غیرمنتظره و سریع اشاره دارد در زندگی افراد اتفاق می‌افتد، یکی دیگر از عواملی است که می‌تواند در وقوع کارآفرینی و به نوبه خود تشخیص فرصت، مؤثر واقع شود (Tang, 2010). نتایج مطالعات مختلف نشان داده است عواملی نظیر هوشیاری و خلاقیت (Azizi, Motameni, & Abdollahpour, 2013)، استقلال‌طلبی،

به نظر می‌رسد با وجود قابلیت‌ها و توانمندی‌های بی‌شماری که در بخش کشاورزی کشور وجود دارد، ناتوانی افراد در تشخیص این فرصت‌ها، یکی از دلایل کاهش اشتغال در بخش کشاورزی بوده است. این مطالعه با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه کشاورزی از دیدگاه کارآفرینان استان کرمانشاه، در راستای پرورش قابلیت یادشده در میان کشاورزان، جوانان جویای کار و علاقه‌مند به بخش کشاورزی و همچنین فارغ‌التحصیلان بخش کشاورزی انجام شد. از مهم‌ترین دلایل انجام این پژوهش در استان کرمانشاه می‌توان به بیان این نکته اکتفا کرد که کرمانشاه با وجود داشتن آب‌وهوای مناسب و چهار اقلیم در سطح آن، وجود منابع آبی و بارندگی مناسب و همچنین خاک حاصلخیز، از نظر بیکاری رتبه سوم را در کشور به خود اختصاص داده است.

ارتقای قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه کشاورزی در افراد، جز از طریق طراحی و تدوین الگویی متناسب با بخش کشاورزی ایران امکان‌پذیر نخواهد بود. بنابراین درک عوامل مؤثر بر شناسایی فرصت، اطلاعات مفیدی را برای برنامه‌ریزی و طراحی دوره‌های آموزش کارآفرینی برای کارآفرینان بالقوه ارائه می‌کند. هدف از انجام این پژوهش طراحی و تبیین الگویی برای تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی استان کرمانشاه است.

مروری بر ادبیات موضوع

اگرچه مطالعات متعددی در داخل و خارج از کشور درباره عوامل تأثیرگذار بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی انجام شده است، اما بیشتر این مطالعات تنها چند عامل محدود را بررسی کرده‌اند. از این رو ادبیات موجود در این زمینه بسیار پراکنده است. در ادامه به برخی از این مطالعات می‌پردازیم. سرمایه انسانی یکی از عوامل تأثیرگذار بر تشخیص فرصت است (Dimov & Shepherd, 2005) که شامل دانش کارآفرینانه‌ای است که از طریق آموزش، تجربه یا هر دو به دست می‌آید (Tihula & Huovinen, 2009). مطالعات تجربی نشان می‌دهد توانایی تشخیص فرصت با برخی از متغیرهای

1. Tang

2. Turbulence

اگرچه فرایند تحلیل داده‌ها در پژوهش کیفی با مدیریت ذهنی انسانی سروکار دارد و نرم‌افزار نمی‌تواند جایگزین آن شود، اما زمانی که حجم داده‌ها زیاد باشد، استفاده از نرم‌افزارهای کیفی توصیه می‌شود (Zolfaqarian, & Latifi, 2011). در این میان، نرم‌افزار NVivo به‌شدت تحت تأثیر نظریه‌پردازی داده‌بنیاد قرار دارد (Gibbs, 2002) و تحلیل محتوای مصاحبه‌های میدانی را تسهیل می‌کند (Hutchisona, Johnstonb, & Breckona, 2010). در پژوهش حاضر برای تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار NVivo استفاده شد.

در پژوهش حاضر محقق درصدد بود تا با استفاده از تکنیک‌های مختلف، قابلیت اطمینان پژوهش را تأیید کند. به این ترتیب علاوه بر حفظ شرایط لازم برای معتمدبودن محقق و داشتن حساسیت نظری در گردآوری داده‌ها، از روش‌های دیگری نیز برای رسیدن به این هدف استفاده شد. بدین منظور، قابلیت اعتبار نتایج حاصل از این بخش، با استفاده از تکنیک‌های کنترل‌های اعضا، استفاده از محققان مختلف در جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها و خودبازبینی محقق بررسی شد. پس از تحلیل داده‌ها، نتایج در اختیار شش نفر از افراد قرار گرفت تا از تطابق آنچه که به دست آمده است با واقعیت اطمینان حاصل شود. همچنین تلاش شد در میان شرکت‌کنندگان بیشترین تنوع ممکن از نظر سن، جنسیت و سطح تحصیلات وجود داشته باشد.

به منظور بررسی تأییدپذیری نتایج حاصل از تحقیق نیز همه یادداشت‌ها، اسناد و مصاحبه‌های ضبط‌شده پس از تحلیل، مجدداً در اختیار تیم پژوهش و دیگر محققان قرار گرفت تا تناسب بین داده‌های خام با نتایج حاصل از داده‌ها تأیید شود. هدف از انجام این بخش، بررسی این موضوع بود که آیا بر اساس نتایج حاصل از مصاحبه‌هایی که با کارآفرینان بخش کشاورزی استان کرمانشاه انجام شده است، محقق به‌درستی طبقات گسترده، زیرطبقات و ابعاد آن‌ها را شناسایی کرده است یا خیر. همچنین به منظور بررسی انتقال‌پذیری نتایج حاصل از پژوهش حاضر از رویه‌های ویژه کدگذاری و مقایسه مداوم نتایج با یادداشت‌ها و مصاحبه‌ها در حین انجام کدگذاری و توصیف دقیق شرایط انجام تحقیق بهره گرفته شد.

یافته‌ها

به منظور واکاوی چگونگی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین کارآفرینان بخش کشاورزی استان کرمانشاه، ۱۹ نفر از کارآفرینان بخش کشاورزی استان کرمانشاه مطالعه شدند که در این میان، ۴ نفر زن (۲۱/۰۵ درصد) و بقیه (۷۸/۹۵ درصد) مرد بودند. یک نفر از افراد مطالعه‌شده بی‌سواد بود. ۲ نفر سطح تحصیلات پایین‌تر از دیپلم، یک نفر فوق دیپلم، ۹ نفر لیسانس، ۳ نفر فوق لیسانس و ۳ نفر دکترا داشتند. همان‌گونه که پیش‌تر نیز گفته شد، به منظور واکاوی چگونگی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین کارآفرینان بخش کشاورزی استان کرمانشاه،

نیاز به پیشرفت، خودکارآمدی، مرکز کنترل درونی (Garg, Matshediso, & Garg, 2011) در تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه به افراد کمک می‌کنند.

به طور کلی از بررسی منابع مختلف و همچنین نتایج مطالعات تجربی که در بالا به آن‌ها اشاره شد، می‌توان به این نتیجه دست یافت که هیچ چهارچوب پذیرفته‌شده‌ای در میان محققان در زمینه تشخیص فرصت‌های کارآفرینی وجود ندارد و هر محققى به گمان خود، به بررسی تأثیر چند عامل محدود در شناسایی فرصت‌های کارآفرینی اقدام کرده است. همچنین، هیچ‌یک از مطالعات انجام‌شده که در بالا نیز به آن‌ها اشاره شد در بخش کشاورزی انجام نشده است. از این رو مجموع این شرایط ما را بر آن داشت که برای رسیدن به الگوی جامع و بومی، الگوی متناسب با شرایط جامعه را تدوین کنیم.

روش‌شناسی تحقیق

مطالعه حاضر از نظر هدف، کاربردی بوده است و از نظر روش‌شناسی در زمره پژوهش‌های کیفی قرار می‌گیرد. همچنین از تئوری بنیانی نیز به عنوان روش پژوهش بهره گرفته شد. تئوری بنیانی، روالی نظام‌مند و کیفی برای تولید نظریه یا مدل درباره موضوعی واقعی در سطح کلی است (Creswell, 2005). جامعه مطالعه‌شده در این پژوهش، کارآفرینان بخش کشاورزی استان کرمانشاه بودند که نمونه‌های مطالعه‌شده ابتدا به صورت مبتنی بر هدف و در ادامه به صورت نمونه‌گیری نظری انتخاب شدند. در نمونه‌گیری نظری که به عنوان روش غالب در تئوری بنیانی شناخته می‌شود، نمونه‌ها به شکلی انتخاب می‌شوند که به خلق نظریه کمک کنند (Zolfaqarian, & Latifi, 2011).

بدین منظور، در پژوهش حاضر ابتدا چند نفر از کارآفرینان به صورت هدفمند انتخاب شدند. پس از انجام مصاحبه‌های اولیه و تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل، کدگذاری و ایجاد مفاهیم، مقایسه آن‌ها با هم، تشکیل مقوله‌ها و برقراری ارتباط بین آن‌ها، از نمونه‌گیری نظری برای انتخاب شرکت‌کنندگان دیگر استفاده شد. سپس محقق تصمیم گرفت داده‌های بیشتری از کارآفرینان بخش کشاورزی استان کرمانشاه را جمع‌آوری کند. در جمع‌آوری داده‌های لازم، از مصاحبه‌های عمیق انفرادی بهره گرفته شد. هر مصاحبه به طور میانگین از ۲۵ تا ۵۰ دقیقه طول می‌کشید. مصاحبه‌ها در ابتدا با طرح این سؤال کلی آغاز شد که چطور این کسب و کار را راه‌اندازی کردید و ایده اولیه آن از کجا و چگونه به ذهن شما رسید. پس از انجام ۱۹ مصاحبه، کفایت داده‌ها برای تولید نظریه حاصل شد و در نتیجه فرایند جمع‌آوری داده‌ها خاتمه یافت. اصلی‌ترین فرایند در تئوری بنیانی تحلیل داده‌هاست که مرکز ثقل پژوهش‌های کیفی است.

در روش تئوری بنیانی، تحلیل داده‌ها از طریق کدگذاری (باز، محوری و انتخابی) انجام می‌گیرد (Iman, & Mohamadian, 2008).

جدول ۲. مقوله‌ها، خرده‌مقوله‌ها و مفاهیم چگونگی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین کارآفرینان بخش کشاورزی استان کرمانشاه (کدگذاری باز)

مقوله اصلی	خرده‌مقوله	مفهوم	فراوانی (منبع)	تعداد ارجاعات
	پیوندی	گرفتن ایده اولیه از همسر	۱	۱
		ارتباطات اجتماعی گسترده	۱	۱
		بازدیدهای ملی و بین‌المللی	۲	۵
سرمایه اجتماعی	اتصال	مشاوره با استادان دانشگاه	۴	۴
		ارتباط با مربی دوره آموزشی و کسب اطلاعات از او	۱	۱
		ارتباط با مشاوران پارک علم و فناوری	۳	۳
	نوع‌دوستی	علاقه به ایجاد فرصت‌های شغلی برای دیگران	۱	۱
		علاقه به تولید غذای سالم	۲	۲
		تحصیلات	۸	۱۵
		شرکت در همایش‌ها و سمینارها	۲	۲
		شرکت در کلاس‌ها و دوره‌های آموزشی	۲	۲
سرمایه انسانی	دانش	مطالعه کتاب‌ها و مجلات	۲	۳
		شرکت در دوره کارآموزی	۱	۱
		اطلاع از نیازها و کمبودهای بازار و منطقه محل سکونت	۳	۵
	تجربه	کار در کارخانه	۱	۱
		پیشینه خانوادگی	۲	۲
		حمایت دولت از کارآفرینان	۲	۲
	سیاسی	در نظر گرفتن مالیات‌های اندک برای کسب و کارهای کشاورزی	۲	۲
		نبود امکان استخدام در ادارات دولتی	۱	۱
		وجود تحریم‌ها	۱	۱
حمایت‌های محیطی	اجتماعی فرهنگی	نگاه مثبت جامعه به کارآفرینان	۲	۲
		حمایت معنوی جامعه از کارآفرینان	۱	۱
	مالی	نرخ کم سود سپرده‌های بانکی	۱	۱
		اعطای تسهیلات مشارکتی با سود اندک	۱	۱
		جست‌وجوی اطلاعات در اینترنت	۱	۱
	جست‌وجوی فعال اطلاعات	توجه به جزئیات در محیط اطراف	۱	۱
		جست‌وجو برای یافتن یک فرصت شغلی مناسب	۸	۸
هوشیاری		داشتن نگاهی غیر کلیشه‌ای و متفاوت به دنیا	۱	۲
	برقراری ارتباط میان اطلاعات جدید با دانسته‌های قبلی	کشف ایده کسب و کار به کمک اطلاعات جدید و قبلی	۱۶	۱۸
	ارزیابی و قضاوت اطلاعات	داشتن دید اقتصادی	۱	۱
		تمیز دادن اطلاعات درست و درخور اعتماد از دیگر اطلاعات	۱	۱

مقوله اصلی	خرده‌مقوله	مفهوم	فراوانی (منبع)	تعداد ارجاعات
تلاطم‌ها	شخصی	ورشکستگی	۱	۱
		محرومیت از تحصیل	۱	۱
		اخراج از کار	۱	۱
محیطی		تأمین هزینه‌های تحصیل و خانواده / سرپرستی خانوار	۲	۲
		تغییرات اقلیمی مرتبط با بخش کشاورزی	۵	۶
		نوآوری‌ها	۲	۲
ویژگی‌های روان‌شناختی	خلاقیت	تلاش برای تغییر وضعیت موجود	۱	۳
	استقلال‌طلبی	شکستن عادت‌ها	۱	۲
		رئیس خود بودن	۱	۱
نیاز به شناخت	نیاز به شناخت	علاقه به خوداشتغالی	۱	۱
		لذت از تفکر	۱	۲
	خودکارآمدی تشخیص فرصت	داشتن روحیه پرسشگری	۱	۳
		توانایی استفاده از ظرفیت‌های موجود	۲	۴
		توانایی پیش‌بینی نیاز بازار در آینده	۲	۲

مجله پژوهش‌های روانشناختی

(منبع: یافته‌های پژوهش)

کدگذاری محوری

پس از شناسایی مفاهیم، خرده‌مقوله‌ها و مقوله‌های اصلی در مرحله کدگذاری باز، زمینه برای شکل‌گیری نظریه بنیانی از طریق کدگذاری محوری فراهم شد. در پژوهش حاضر، «سرمایه اجتماعی»، «سرمایه انسانی»، «حمایت‌های محیطی»، «هوشیاری»، «تلاطم‌های شخصی و محیطی» و «ویژگی‌های روان‌شناختی» به عنوان مقوله‌های اصلی شناسایی شدند که نقش اساسی را در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی استان کرمانشاه ایفا می‌کنند. در ادامه به تشریح مقوله‌های اصلی به منظور دستیابی به مقوله محوری و قراردادن دیگر مقوله‌ها در مدل تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین کارآفرینان بخش کشاورزی استان کرمانشاه پرداخته شده است.

سرمایه اجتماعی

کارآفرینان بخش کشاورزی استان کرمانشاه طی مصاحبه‌های خود در خصوص چگونگی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی به مفاهیمی اشاره کردند که با توجه به قرابت معنایی، این مفاهیم در خرده‌مقوله‌های پیوندی، اتصالی و نوع‌دوستی و مقوله اصلی سرمایه اجتماعی جای گرفتند. از نگاه افراد مطالعه‌شده، روابط آنان با خانواده، اقوام، دوستان و دیگر نزدیکان (پیوندی) و همچنین ارتباطات اتفاقی با افراد مختلف (اتصالی) اطلاعات گسترده، مفید و جدیدی را در اختیار آنان

یک سؤال کلی از کارآفرینان پرسیده شد مبنی بر اینکه «چطور به فکر راه‌اندازی این کسب‌وکار افتادید و ایده اولیه آن از کجا و چگونه به ذهن شما رسید؟».

در هر گام از پژوهش داده‌های جمع‌آوری‌شده که در قالب یادداشت‌های میدانی و نوارهای ضبط شده بودند، توسط محقق در محیط نرم‌افزار Word پیاده‌سازی و پس از بررسی خطبه‌خط متن مصاحبه‌ها، جمله‌های مرتبط با سؤال‌های پژوهش شناسایی و مشخص شدند. تجزیه و تحلیل و همچنین تفسیر داده‌ها طی سه مرحله ایجاد طبقات اطلاعاتی (کدگذاری باز)، انتخاب یکی از این طبقات و قراردادن آن در یک مدل نظری (کدگذاری محوری) و سپس استنباط یک روایت یا داستان از روابط درونی این طبقات (کدگذاری انتخابی) در محیط نسخه ۱۰ نرم‌افزار NVivo انجام شد.

کدگذاری باز

فرایند تحلیل داده‌ها در مرحله کدگذاری باز، در نهایت به استخراج ۴۴ مفهوم، ۱۷ خرده‌مقوله و ۶ مقوله اصلی منجر شد (جدول شماره ۲). در جدول شماره ۲ منظور از منبع، همه مصاحبه‌شوندگانی هستند که به مفهوم مدنظر اشاره کرده‌اند و تعداد ارجاعات، تکرار دفعاتی است که مصاحبه‌شونده‌ها به هر مفهوم تأکید می‌کنند.

قرار داده بود که به شناسایی فرصت‌های کارآفرینان در بخش کشاورزی کمک کرده بود.

در خصوص نوع دوستی، یکی از مصاحبه‌شوندگان این‌گونه بیان کرد: «اگرچه در زمینه تولید محصولات زیادی تخصص و تجربه دارم، اما در حال حاضر در حال توسعه کشت زعفران هستم؛ چون می‌تونه موجب اشتغال بخش وسیعی از جمعیت بیکار روستا بشه». در واقع، بیشتر کارآفرینان مطالعه‌شده در این پژوهش در مصاحبه‌های خود به نقش مهم و تأثیرگذار سرمایه اجتماعی در شناسایی فرصت و راه‌اندازی کسب‌وکارهای کارآفرینانه خود اشاره کردند و برخی از آنان معتقد بودند که بدون برقراری ارتباط با دیگران، نمی‌توان فرصت واقعی و درستی را شناسایی کرد.

سرمایه انسانی

کارآفرینان بخش کشاورزی استان کرمانشاه طی مصاحبه‌های خود در خصوص چگونگی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی به مفاهیمی اشاره کردند که با توجه به قرابت معنایی، در خرده‌مقوله‌های دانش و تجربه و مقوله اصلی سرمایه انسانی جای می‌گرفتند. در این راستا، یافته‌های پژوهش نشان داد دانش افراد (اعم از رسمی و غیررسمی، بازار، مشکلات مشتریان و...) و همچنین تجارب کاری آنان در گذشته (اعم از فردی یا سوابق خانوادگی) در شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی اهمیت بسیاری دارد. اهمیت سرمایه انسانی در شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه کشاورزی از نگاه افراد مطالعه‌شده تا حدی بود که حتی برخی از آنان معتقد بودند که حضورشان در مجامع علمی (نظیر دانشگاه‌ها و سمینارها) موجب آشنایی و برقراری ارتباط با افراد صاحب‌نظر (نظیر استادان دانشگاه و...) شده که در شناسایی فرصت و راه‌اندازی کسب‌وکارهای کارآفرینانه به آن‌ها کمک کرده است. در واقع، مصاحبه‌شوندگان طی مصاحبه‌های خود درباره چگونگی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی ۳۱ مرتبه به مفاهیم مختلفی اشاره کردند که در مقوله سرمایه انسانی جای می‌گیرند.

حمایت‌های محیطی

کارآفرینان بخش کشاورزی استان کرمانشاه طی مصاحبه‌های خود درباره چگونگی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی به مفاهیمی اشاره کردند که با توجه به قرابت معنایی، این مفاهیم در خرده‌مقوله‌های حمایت سیاسی، حمایت اجتماعی فرهنگی و حمایت مالی و مقوله اصلی حمایت‌های محیطی جای گرفتند. در این راستا، یکی از مصاحبه‌شوندگان چنین اظهار داشت: «زمانی که متوجه شدم دولت وام‌های مشارکتی با سود ۴ درصد در اختیار روستاییان قرار می‌دهد، به فکر راه‌اندازی یک کسب‌وکار گروهی افتادم».

همچنین برخی از افراد معتقد بودند که جایگاه ویژه و خاص کارآفرینان در عرصه اجتماع، تمایل و علاقه آنان را برای کارآفرینی و شناسایی فرصت‌ها در بخش کشاورزی افزایش می‌دهد. کارآفرینان بخش کشاورزی استان کرمانشاه معتقد بودند که کاهش ارزش سپرده‌های موجود در بانک می‌تواند یکی از عواملی باشد که در شناسایی فرصت‌های تولیدی در بخش کشاورزی و راه‌اندازی کسب‌وکارهای کارآفرینانه به افراد کمک کند. از این رو مصاحبه‌شوندگان در مصاحبه‌های خود در خصوص چگونگی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی ۱۱ مرتبه به مفاهیم مختلفی اشاره کردند که در مقوله حمایت‌های محیطی جای می‌گیرد.

هوشیاری

کارآفرینان بخش کشاورزی استان کرمانشاه در مصاحبه‌های خود درباره چگونگی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی به مفاهیمی اشاره کردند که با توجه به قرابت معنایی، در خرده‌مقوله‌های جست‌وجوی فعال اطلاعات، برقراری ارتباط بین اطلاعات جدید با دانسته‌های قبلی و ارزیابی و قضاوت اطلاعات و مقوله اصلی هوشیاری جای گرفتند. کارآفرین همواره در جست‌وجوی کسب اطلاعات نو در محیط است تا به واسطه آن بتواند فرصت‌های جدیدی را در بخش کشاورزی شناسایی کند. او باید بتواند میان اطلاعات و دانسته‌های قبلی خود ارتباط منطقی برقرار کند و صحت و سقم اطلاعات یادشده را ارزیابی کند.

مشاهدات و یافته‌های میدانی بیانگر این واقعیت مهم بود که کارآفرینان، شناسایی فرصت‌های بخش کشاورزی استان کرمانشاه را مستلزم وجود هوشیاری در فرد می‌دانند. در بیشتر مصاحبه‌ها، شناسایی فرصت توسط کارآفرین منوط به وجود حداقل یکی از ابعاد هوشیاری در او بود. به عنوان مثال، ۱۶ نفر از کارآفرینان ۱۸ مرتبه به این نکته اشاره کردند که فرصتی را که شناسایی کرده‌اند در نتیجه اطلاعاتی بوده است که از منابع مختلف (مشاوران پارک علم و فناوری، استادان دانشگاه، کارشناسان بنیاد توسعه کارآفرینی و...) دریافت کرده‌اند و پس از تلفیق و ترکیب آن با دانسته‌ها و اطلاعات پیشین خود (مثل تجربه کاری، تحصیلات، شرایط محل سکونت خود و...) جرقه‌ای در ذهن آن‌ها زده شده که نتیجه آن شناسایی یک ایده و درنهایت فرصت کارآفرینانه در بخش کشاورزی بوده است. در واقع، مصاحبه‌شوندگان طی مصاحبه‌های خود درباره چگونگی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی، ۳۲ مرتبه به مفاهیم مختلفی اشاره کردند که در مقوله هوشیاری جای می‌گیرد. از نگاه آنان این مقوله، مهم‌ترین عامل در شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی است.

ویژگی‌های روان‌شناختی

کارآفرینان بخش کشاورزی استان کرمانشاه در مصاحبه‌های خود در خصوص چگونگی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در

بخش کشاورزی به مفاهیمی اشاره کردند که با توجه به قرابت معنایی، در خرده‌مقوله‌های خلاقیت، استقلال‌طلبی، نیاز به شناخت و خودکارآمدی و مقوله اصلی ویژگی‌های روان‌شناختی جای می‌گرفتند. در واقع می‌توان چنین استنباط کرد که از نگاه کارآفرینان، ویژگی‌های روان‌شناختی نقش انکارناپذیری در شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه کشاورزی توسط آنان داشته است. در مجموع، مصاحبه‌شوندگان در مصاحبه‌های خود ۲۰ مرتبه به مفاهیم مختلفی اشاره کردند که در مقوله ویژگی‌های روان‌شناختی جای می‌گیرند و بعد از مقوله هوشیاری و سرمایه انسانی، بیشترین ارجاعات را از سوی کارآفرینان داشته است.

تلاطم‌ها

کارآفرینان بخش کشاورزی استان کرمانشاه طی مصاحبه‌های خود در خصوص چگونگی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی به مفاهیمی اشاره کردند که با توجه به قرابت معنایی، در خرده‌مقوله‌های تلاطم شخصی و تلاطم محیطی و مقوله اصلی تلاطم‌ها جای می‌گرفتند. در این راستا، یکی از کارآفرینان بیان کرد: «وقوع جنگ تحمیلی ما را از روستا و محل سکونت‌مون آواره کرد و همین موضوع باعث شد من از تحصیل محروم بشم. همیشه احساس کمبود می‌کردم و دوست داشتم به هر نحوی شده این کمبود را جبران کنم. بالاخره وقتی بچه‌هام بزرگ‌شدن، فرصتی دست داد تا کسب‌وکاری راه‌اندازی کنم». برخی دیگر از کارآفرینان، تغییرات اقلیمی و چالش‌های محیطی را بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی مؤثر دانسته‌اند. به عنوان مثال یکی از کارآفرینان معتقد بود: «با توجه به خشک‌سالی‌های اخیر و نیاز شدید کشور به گیاهان مقاوم به شرایط کم‌آبی، به فکر تحقیق، تولید و توسعه گیاهان دارویی دیم افتادم». در مجموع، مصاحبه‌شوندگان در مصاحبه‌های خود در خصوص چگونگی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی ۱۱ مرتبه به مفاهیم مختلفی اشاره کردند که در مقوله تلاطم‌ها جای می‌گیرد.

بر مبنای آنچه تاکنون گفته شد، می‌توان به این نتیجه دست یافت که اگرچه کارآفرینان در پژوهش حاضر، عوامل مختلفی را در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی دخیل دانسته‌اند، اما از دیدگاه آنان نقش این عوامل در فرایند یادشده یکسان نیست (جدول شماره ۲). به بیانی دیگر، با نگاهی به تعداد ارجاعاتی که به هریک از عوامل گفته‌شده نسبت داده شده است، می‌توان به این نتیجه دست یافت که از نگاه کارآفرینان، اهمیت این عوامل درباره چگونگی تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه کشاورزی یکسان نبوده است. در این میان مقوله هوشیاری (با ۳۲ ارجاع) و سرمایه انسانی (با ۳۱ ارجاع) از مهم‌ترین و حمایت‌های محیطی (با ۱۱ ارجاع) و تلاطم‌ها (با ۱۱ ارجاع) از کم‌اهمیت‌ترین مقوله‌ها در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی استان کرمانشاه بوده‌اند.

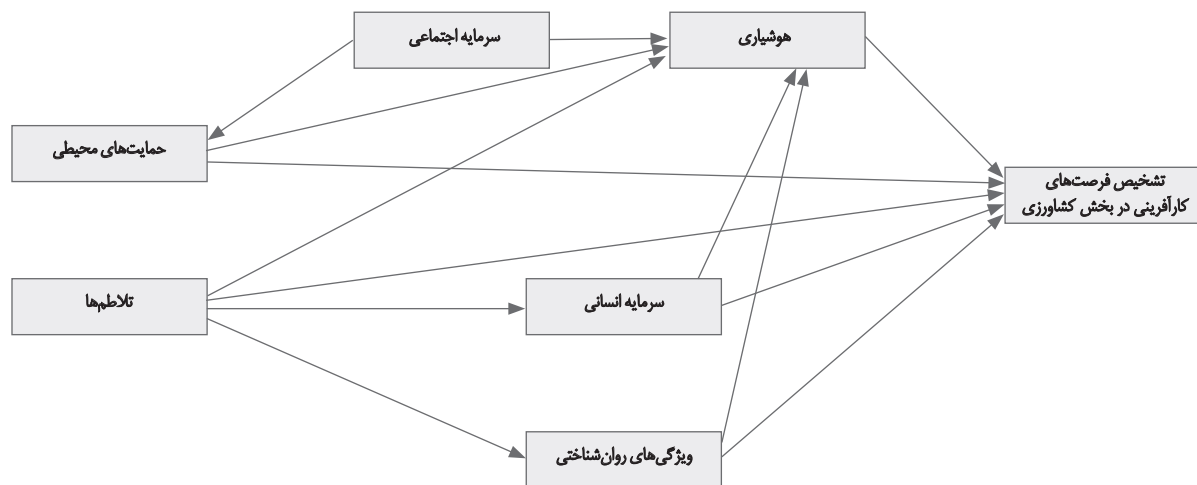
بررسی‌های میدانی و نتایج به‌دست‌آمده از پژوهش در فرایند کدگذاری محوری گویای این واقعیت بود که اگرچه تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی استان کرمانشاه در گرو عوامل مختلفی نظیر سرمایه اجتماعی، سرمایه انسانی، ویژگی‌های روان‌شناختی، حمایت‌های محیطی، تلاطم‌ها و هوشیاری است، اما در این میان مقوله هوشیاری به لحاظ محوری بودن آن، اهمیت دوچندانی دارد؛ بنابراین در پژوهش حاضر، هوشیاری به عنوان طبقه محوری شناخته شد که دیگر مقوله‌ها با آن مرتبط هستند. در ادامه، برای توضیح بیشتر درباره نقش هوشیاری به عنوان طبقه محوری و دستیابی به الگویی برخاسته از داده‌های میدانی، نتایج به‌دست‌آمده از یکپارچه‌سازی و پالایش الگوی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی استان کرمانشاه طی فرایند کدگذاری انتخابی ارائه شده است.

کدگذاری انتخابی

ایده اصلی مرحله کدگذاری انتخابی، گسترش خط سیر داستانی است که همه‌چیز حول آن شکل می‌گیرد. به بیانی دیگر، کدگذاری انتخابی به روند انتخاب مقوله اصلی و مرکزی به طور منظم و ارتباط‌دادن با دیگر مقوله‌ها، اعتباربخشیدن به روابط و پرکردن جاهای خالی با مقولاتی که نیاز به اصلاح و گسترش بیشتر دارند، می‌پردازد. در این راستا، یافته‌های پژوهش حاکی از آن بود که تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی استان کرمانشاه مستلزم وجود افراد هوشیاری است که توانایی شناسایی فرصت‌ها و قابلیت‌های فراوانی را داشته باشند که در این بخش وجود دارد. به بیانی دیگر، شرایط اقلیمی، نوع آب‌وهوا، خاک و ... در استان کرمانشاه به گونه‌ای است که فرصت‌های کارآفرینانه بی‌شماری را در بخش کشاورزی استان کرمانشاه فراهم کرده است.

نظر به اینکه شناسایی این فرصت‌ها مستلزم وجود افراد هوشیار است، به منظور تقویت یا تجهیز افراد به این ویژگی باید تلاش کرد. بدین‌منظور، سرمایه انسانی از طریق تجهیز افراد به دانش و تجربه و همچنین سرمایه اجتماعی با فراهم کردن اطلاعات گسترده برای آنان از طریق برقراری روابط با ارگان‌ها، نهادها و افراد مختلف موجب افزایش هوشیاری و حساسیت آنان برای شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی می‌شود. به بیانی دیگر، افراد با دانش و تجربه زیاد و همچنین برخوردار از روابط قوی و گسترده، قادر به دیدن فرصت‌هایی در بخش کشاورزی هستند که دیگران از دیدن آن‌ها عاجزند.

افزون بر این، ویژگی‌های روان‌شناختی نظیر نیاز به شناخت، فرد را به تلاش و تکاپوی بیشتر برای کسب اطلاعات وامی‌دارد که می‌تواند بسترساز ارتقای هوشیاری افراد برای تشخیص فرصت‌های بخش کشاورزی باشد. افرادی که نیاز به شناخت بیشتری داشتند، همواره در جست‌وجوی اطلاعات بکر و



تصویر ۱. الگوی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی استان کرمانشاه

شناسایی پژوهش‌های روستایی

انسانی، هوشیاری و عوامل محیطی را از عوامل مؤثر در شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی برشمردند.

یافته‌های این مطالعه نشان داد از نگاه کارآفرینان بخش کشاورزی استان کرمانشاه، سرمایه انسانی در دو بعد دانش و تجربه بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه کشاورزی تأثیرگذار است. به بیانی دیگر، کارآفرینانی که دانش کشاورزی را به صورت رسمی یا غیررسمی کسب کرده بودند، فرصت‌های کارآفرینی موجود در این بخش را بهتر و بیشتر شناسایی کرده بودند. همچنین تجارب کارآفرینان (چه به صورت فردی و چه نشئت گرفته از پیشینه خانوادگی آنان) سهم بسزایی در شناسایی توانمندی‌ها و فرصت‌های بخش کشاورزی داشت. از این رو پیشنهاد می‌شود سازمان جهاد کشاورزی و به‌خصوص اداره ترویج و آموزش کشاورزی که متولی برگزاری دوره‌های آموزشی در مناطق روستایی است، دوره‌های آموزشی متنوع و مختلفی را در همه گرایش‌های کشاورزی برای جوانان روستایی برگزار کند. همچنین به خانواده‌ها توصیه می‌شود که فرصت و تجربه کار را برای فرزندان خود از همان سنین کم فراهم کنند تا در بزرگسالی در زمینه خاصی تبحر داشته باشند و در صورت لزوم بتوانند با اتکا به آن خود را از بیکاری نجات دهند. متأسفانه در خانواده‌های ایرانی به این موضوع کمتر توجه می‌شود و معمولاً افراد بعد از فارغ‌التحصیلی از دانشگاه برای نخستین بار به فکر کار و راه‌اندازی کسب‌وکار می‌افتند. بسیاری از محققان نیز در مطالعات خود، مشابه یافته‌های پژوهش حاضر، به تأثیر مثبت و معنادار سرمایه انسانی بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی اذعان کرده‌اند (Bhagavatula, Elfring, Van Tilburg, & Van De Bunt, 2010; Ramezanpour, Amiriyan, & Mosleh Shirazi, 2014; Dimov & Shepard, 2005).

نظر به اینکه درک گسترده فرد از محیط اطراف می‌تواند زمینه‌ساز شناسایی نیازها و فرصت‌های موجود در محیط باشد،

منحصربه‌فردی در محیط بودند تا به واسطه آن حس کنجکاوی خود را ارضا کنند. از این رو این امر موجب شده بود که در راستای شناسایی فرصت‌های دیده‌نشده توسط دیگران به موفقیت‌های بیشتری دست یابند.

وقوع برخی تلاطم‌ها و اتفاقات ناگوار در زندگی شخص یا در محیط فرد موجب افزایش هوشیاری او برای جبران مشکلات مذکور شده بود. از سوی دیگر، درک حمایت‌های محیطی در ابعاد مالی، سیاسی و اجتماعی فرهنگی به نوبه خود هوشیاری افراد را برای شناسایی فرصت‌هایی در بخش کشاورزی ارتقا می‌بخشد. گاهی کسب دانش و تجربه (سرمایه انسانی) شرایط را برای برقراری ارتباطات گسترده با افراد مختلف (نظیر استادان دانشگاه، شرکت در سمینارها و آشنایی با افراد مختلف) فراهم می‌سازد که بستر مناسبی را برای آگاهی و درک حمایت‌های محیطی فراهم می‌کند. در نهایت با استفاده از نسخه ۱۰ نرم‌افزار NVI-۷۰ در مدل‌سازی و بر اساس یافته‌های پژوهش، روابط منطقی میان مقوله‌های اصلی برقرار شد و الگوی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین کارآفرینان بخش کشاورزی استان کرمانشاه طراحی و تدوین شد (تصویر شماره ۱).

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر به منظور طراحی و تبیین الگوی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی، کارآفرینان بخش کشاورزی استان کرمانشاه را بررسی کرد. نتایج این مطالعه کیفی حاکی از آن بود که حمایت‌های محیطی، ویژگی‌های روان‌شناختی، هوشیاری، سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی و تلاطم‌های شخصی و محیطی از عوامل مؤثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی استان کرمانشاه به‌شمار می‌روند. در تأیید یافته‌های این پژوهش خوش‌مرام، زرافشانی، علی‌بیگی و میرک‌زاده (۲۰۱۵) نیز سرمایه اجتماعی، سرمایه

چرا که این امر موجب کاهش وابستگی کشور به درآمدهای نفتی و رونق تولید و صادرات در کشور می‌شود. به عنوان مثال، کاهش سود سپرده‌های بانکی، اعطای وام‌هایی با نرخ بهره اندک و دوره بازپرداخت طولانی به کارآفرینان بخش کشاورزی می‌تواند از جمله حمایت‌های دولت در راستای تشویق و توسعه کارآفرینی کشاورزی و به دنبال آن، شناسایی فرصت‌ها و قابلیت‌های موجود در بخش کشاورزی باشد.

یافته‌های حاصل از بخش کیفی در خصوص چگونگی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در میان کارآفرینان بخش کشاورزی، محقق را به این باور رساند که برخی از افراد مطالعه‌شده به سبب تجربه تلاطم‌های محیطی و شخصی به این وادی کشیده شده‌اند. چه بسا بسیاری از افراد در مواجهه با کوچک‌ترین مشکل خود را به دست سرنویس می‌سپارند و به عبارتی تقدیر خود را می‌پذیرند. این در حالی است که کارآفرینان بالقوه هر تهدیدی را یک فرصت می‌بینند و در هر شرایطی به دنبال یافتن فرصت‌های سودآور هستند. به عنوان مثال، گرچه اخراج از محیط کار یا ورشکستگی می‌تواند چالش‌ها و مشکلات زیادی را در زندگی فرد به وجود آورد، اما کارآفرینان بالقوه در مواجهه با این شرایط به دنبال یافتن فرصت سودآوری می‌گردند. از سوی دیگر، کارآفرینان کشاورزی بالقوه در مواجهه با خشک‌سالی به عنوان یک چالش محیطی، نه تنها خود را به دست شرایط نمی‌سپارند، بلکه جست‌وجو برای یافتن فرصت‌های سودآور را آغاز می‌کنند. به عنوان مثال، طراحی سیستم‌های آبیاری متناسب با شرایط خشک‌سالی، تحقیق و بررسی برای کاشت محصولات سودآور با حداقل نیاز آبی از جمله اقدامات این افراد در استان کرمانشاه به‌شمار می‌رود. با توجه به اینکه بسیاری از افراد جامعه مخاطب رسانه‌های جمعی هستند، توصیه می‌شود به کمک این رسانه‌ها مردم را تشویق کرد تا تهدیدهای محیطی را به فرصت‌های سودآور (نظیر استفاده از شیوه‌های آبیاری مدرن با مصرف کمتر آب برای مقابله با خشک‌سالی) تبدیل کنند.

بر اساس یافته‌های بخش کیفی درباره نقش هوشیاری بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی کشاورزی، نتایج مطالعات محققانی نظیر صارمی و علیزاده ثانی (۲۰۰۹) و کو^۵ (۲۰۱۲) نیز یافته مذکور را تأیید و به تأثیر هوشیاری بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی اذعان می‌کنند. یافته‌های پژوهش حاضر حاکی از آن است که ویژگی‌های روان‌شناختی نظیر خلاقیت، استقلال‌طلبی، نیاز به شناخت و خودکارآمدی بعد از مقوله هوشیاری و سرمایه انسانی بیشترین اهمیت را در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی دارند. با وجود مطالعات گسترده‌ای که به نقش ویژگی‌های روان‌شناختی در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی اذعان داشته‌اند (Butler, Doktor, & Lins, 2010; Garg, Matshediso, & Garg, 2011) جای تردیدی باقی نمی‌ماند که ویژگی‌های روان‌شناختی اهمیت

امروزه این باور به وجود آمده که راه‌اندازی یک کسب‌وکار کارآفرینانه موفق مستلزم وجود بستر اجتماعی مناسب است. ادراک فرد از محیط اطراف تا حد زیادی به میزان تعاملات او با جامعه بستگی دارد. به بیانی دیگر، ارتباط با سازمان‌ها و افراد مختلف موجب شکل‌گیری دامنه وسیعی از اطلاعات می‌شود. از این رو می‌توان امیدوار بود در لابه‌لای این تعاملات و ارتباطات، فرد موفق به شناسایی فرصت سودآور و منحصر به فرد در بخش کشاورزی شود. اهمیت این امر تا آنجاست که حتی برخی محققان معتقدند که ظهور نخستین جرقه‌های تشخیص فرصت در ذهن کارآفرینان به زمینه اجتماعی و میزان سرمایه اجتماعی آنان بستگی دارد (Moghipi Esfandabadi, Yadollahi Farsi, Mobaraki, & Moghipi Esfandabadi, 2016).

کارآفرینان بخش کشاورزی استان کرمانشاه نیز در خصوص چگونگی تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه کشاورزی به مفاهیم مختلفی اشاره کردند که در قالب خرده‌مقوله‌های روابط اجتماعی قوی، روابط اجتماعی ضعیف و نوع دوستی و مقوله اصلی سرمایه اجتماعی قرار گرفتند. بسیاری از محققان نیز در مطالعات خود، مشابه یافته‌های پژوهش حاضر، به تأثیر مثبت و معنادار سرمایه اجتماعی بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی اذعان کرده‌اند (Kolawole, Abu Salawu, & Oluwasanmi, 2014; Ramezanpour, Amiriyan, & Mosleh Shirazi, 2014). با توجه به ابعاد سرمایه اجتماعی در این مطالعه توصیه می‌شود در مدارس، دانشگاه‌ها و دوره‌های آموزش کارآفرینی درباره تقویت مهارت‌های ارتباطی افراد، به آنان آموزش‌هایی ارائه شود. همان‌گونه که نتایج نیز نشان داد، نمی‌توان نقش مهم و تأثیرگذار مشاوران پارک‌های علم و فناوری، استادان دانشگاه و مربیان دوره‌های آموزشی را در شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه کشاورزی انکار کرد. از این رو توصیه می‌شود ضمن استخدام و به‌کارگیری مشاوران متخصص، دلسوز و متبحر در حوزه‌های کارآفرینی و کشاورزی در پارک‌های علم و فناوری نسبت به برقراری روابط بیشتر آنان با روستاییان و جوانان جویای کار اهتمام ورزیده شود.

از دیدگاه کارآفرینان بخش کشاورزی استان کرمانشاه حمایت‌های محیطی شامل ابعاد سیاسی، مالی و اجتماعی فرهنگی از دیگر عوامل مؤثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی بود. مطابق با یافته‌های پژوهش حاضر، محققانی نظیر ژو^۳ (۲۰۱۱)، وب، ایرلند، هیت، کیستراک و تیهانی^۴ (۲۰۱۱) و تانگ (۲۰۱۰) نیز بر تأثیر حمایت‌ها و عوامل محیطی بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی اذعان کرده‌اند. در حال حاضر با توجه به قرار گرفتن در سال «اقتصاد مقاومتی، اقدام و عمل» به دولت، سیاست‌گذاران و متولیان امور توصیه می‌شود که به صورت عملی، اقدامات حمایتی را در خصوص توسعه کارآفرینی کشاورزی انجام دهند؛

3. Zhou

4. Webb, Ireland, Hitt, Kistruck, & Tihanyi

5. Ko

زیادی در شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه کشاورزی دارند.

بدین‌منظور، برگزاری دوره‌های آموزشی با اهدافی نظیر پرورش تفکر خلاق و روحیه ایده‌پردازی، قابلیت جست‌وجوی اطلاعات، ارزیابی اقتصادی فرصت‌های شناسایی شده و ... برای جوانان روستایی یا علاقه‌مندان به حوزه کشاورزی می‌تواند نقش درخور توجهی در ارتقای قابلیت تشخیص فرصت کارآفرینی در بین آن‌ها داشته باشد. افزون بر این، به مدیران و رؤسای سازمان جهاد کشاورزی پیشنهاد می‌شود با استخدام و به‌کارگیری کارآفرینان برتر و صاحبان خلاقیت در حوزه کشاورزی نسبت به راه‌اندازی و توسعه مراکز مشاوره شغلی اقدام کنند. این مراکز ضمن تقویت روحیه ایده‌پردازی در افراد علاقه‌مند به اشتغال در بخش کشاورزی، می‌توانند سرمایه‌گذاران بسیاری را نیز برای سرمایه‌گذاری در این بخش جذب کنند. به بیانی دیگر، مراکز یادشده با معرفی صاحبان فکر و ایده خلاق به سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی نسبت به تجاری‌سازی دانش و بهره‌برداری از فرصت‌های شناسایی شده اقدام می‌کنند.

تشکر و قدردانی

این مقاله از رساله دکترای خانم مژگان خوش‌مرام گرفته شده است که با حمایت و پشتیبانی مالی بنیاد ملی نخبگان طراحی و اجرا شد. بدین‌وسیله مراتب قدردانی و تشکر را از سازمان یادشده به عمل می‌آوریم.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

References

- Acs, Z. J., & Szerb, S. (2010). *The Global Entrepreneurship and Development Index (GEDI)*. Paper presented at the Opening Up Innovation: Strategy, Organization and Technology, London, England, 16-18 June 2010.
- Audretsch, D. B., Aldridge, T. T., & Sanders, M. (2011). Social capital building and new business formation. *International Small Business Journal*, 29(2), 152-169. doi: 10.1177/0266242610391939
- Azizi, S., Motameni, A. R., & Abdollahpour, A. R. (2013). [Pattern of individual and social factors affecting entrepreneurial opportunity recognition (Persian)]. *Journal of Entrepreneurship and Development*, 5(2), 7-25.
- Bhagavatula, S., Elfring, T., Van Tilburg, A., & Van De Bunt, G. G. (2010). How social and human capital influence opportunity recognition and resource mobilization in India's handloom industry. *Journal of Business Venturing*, 25(3), 245-260. doi: 10.1016/j.jbusvent.2008.10.006
- Butler, J. E., Doktor, R., & Lins, F. A. (2010). Linking international entrepreneurship to uncertainty, opportunity discovery, and cognition. *Journal of International Entrepreneurship*, 8(2), 121-134. doi: 10.1007/s10843-010-0054-x
- Creswell, J. W. (2011). *Education research: planning, conducting and evaluation quantitative and qualitative research*. London: Pearson
- Dimov, D. P. (2003). The Nexus of individual and opportunity: Opportunity recognition as a learning process. Paper presented at The Babson Kauffman Entrepreneurship Research Conference, Wellesley, USA, 23-25 May 2003.
- Dimov, D. P., & Shepherd, D. A. (2005). Human capital theory and venture capital firms: exploring "home runs" and "strike outs." *Journal of Business Venturing*, 20(1), 1-21. doi: 10.1016/j.jbusvent.2003.12.007
- Garg, A. K., Matshediso, I. B., & Garg, D. (2011). An individual's motivation to become entrepreneur: Evidences from a mineral based economy. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 12(1), 109-127. doi: 10.1504/ijesb.2011.037343
- Gibbs, G. R. (2002). *Qualitative data analysis: Exploration with NVivo. Understanding Social Research*. Berkshire: Open University Press.
- Greve, A., & Salaff, J. W. (2003). Social networks and entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(1), 1-22. doi: 10.1111/1540-8520.00029
- Hoang, H., & Young, N. (2000). *Social embeddedness and entrepreneurial opportunity recognition: (More) evidence of embeddedness*. Wellesley: Babson College.
- Hutchison, A. J., Johnston, L. H., & Breckon, J. D. (2010). Using QSR-NVivo to facilitate the development of a grounded theory project: An account of a worked example. *International Journal of Social Research Methodology*, 13(4), 283-302. doi: 10.1080/13645570902996301
- Iman, M. T., & Mohamadian, M. (2008). [Grounded theory methodology (Persian)]. *Methodology of Social Science and Humanities*, 14(56), 31-54.
- Khoshmaram, M., Zarafshani, K., Alibaygi, A.H., & Mirakzadeh, A. A. (2015). [Designing a conceptual model for agricultural entrepreneurship opportunities recognition (Persian)]. *Journal of Entrepreneurship in Agriculture*, 1(4), 105-122.
- Ko, S. (2012). Entrepreneurial opportunity identification: A motivation-based cognitive approach. *Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, 17(2), 23-37.
- Kolawole, J., Abu Salawu, H., & Oluwasanmi, 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.
- Layeghi, A., Ghasemi, P., & Babaei, N. (2012). [Investigating the comparative advantage of production and employment in the Iranian agricultural sector (Persian)]. *Economic Journal*, 11(12), 83-110.
- Faculty of Entrepreneurship. (2012). [Investigation of indicators of entrepreneurship based on GEM models (Persian)]. Tehran: Faculty of Entrepreneurship.
- Moghimi Esfandabadi, H., Yadollahi Farsi, J., Mobaraki, M. H., & Moghimi Esfandabadi, A. R. (2016). The effect of social capital on opportunity recognition in entrepreneurs as mediated by the social network: A case of managers in the science and technology park of the University of Tehran. *Arabian Journal of Business and Management Review*, 6(3), 25-34.
- Ramezanzpour, S., Amiriyani, S., & Mosleh Shirazi, A. N. (2014). Investigation of the relationship between entrepreneurial opportunity recognition and entrepreneurial capitals. *International Journal of Asian Social Science*, 4(5), 598-613.
- Saremi, M., & Alizade Sani, M. K. (2009). [Factors affecting the trend of opportunities recognition among top entrepreneurs (Persian)]. *Journal of Entrepreneurship Development*, 1(3), 103-122.
- Seerat, F., Sumaira, I., Faseeh, U. R., & Mujahid, A. (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), 1106-24.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C. Kent, D. Sexton & K. Vesper (Eds.). *Encyclopedia of Entrepreneurship*. (pp.72-90). New Jersey: Prentice Hall.
- Shepherd, D. A., & DeTienne, D. R. (2005). Prior knowledge, potential financial reward, and opportunity identification. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(1), 91-112. doi: 10.1111/j.1540-6520.2005.00071.x
- Short, J. C., Ketchen, D. J., Shook, C. L., & Ireland, R. D. (2009). The concept of "opportunity" in entrepreneurship research: Past accomplishments and future challenges. *Journal of Management*, 36(1), 40-65. doi: 10.1177/0149206309342746
- Statistical Center of Iran. (2012). [Census of Iran population, 2000-2010 (Persian)]. Tehran: Statistical Center of Iran Publication 2012 (Persian)].
- Tang, J. (2009). How entrepreneurs discover opportunities in China: An institutional view. *Asia Pacific Journal of Management*, 27(3), 461-479. doi: 10.1007/s10490-009-9151-6
- Tihula, S., & Huovinen, J. (2009). Incidence of teams in the firms owned by serial, portfolio and first-time entrepreneurs. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(3), 249-260. doi: 10.1007/s11365-008-0101-4
- Wang, Y., Ellinger, A. D., & Jim Wu, Y. (2013). Entrepreneurial opportunity recognition: an empirical study of R&D personnel. *Management Decision*, 51(2), 248-266. doi: 10.1108/00251741311301803

Webb, J. W., Ireland, R. D., Hitt, M. A., Kistruck, G. M., & Tihanyi, L. (2010). Where is the opportunity without the customer? An integration of marketing activities, the entrepreneurship process, and institutional theory. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(4), 537-554. doi: 10.1007/s11747-010-0237-y

Yadolahi Farsi, J., & Razavi, S. M. (2012). [The role of human and social capital in youth entrepreneurship in Korbali rural areas (Persian)]. *Human Geography Research Quarterly*, 44(79), 103-115.

Zhou, Z. (2014). *The research of opportunity recognition strategy under different types of entrepreneurial environment*. Paper presented at the International Conference on Electronics, Communications and Control (ICECC), Ningbo, China, 9-11 September 2014.

Zolfaqarian, M. R., & Latifi, M. (2011). [Grounded theory with NVivo 8 (Persian)]. Tehran: Imam Sadiq University.





پښتونستان د علومو او انساني مطالعاتو د پوهنتون
پرتال جامع علومو انساني