



بررسی نگرش به کارآفرینی در بنگاه‌های زودبازده کشاورزی (مطالعه موردی: شهرستان بیرجند)

سعید نجفی^۱، جواد میکانیکی^۲، فاطمه خواجه‌ای^۳ و مجتبی داورپناه^۳

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بیرجند (نویسنده مسوول: saeednajafi64@gmail.com)

۲- دانشیار، دانشگاه بیرجند

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بیرجند

تاریخ دریافت: ۹۶/۱/۲۳ تاریخ پذیرش: ۹۶/۷/۱۵

چکیده

افزایش بیکاری در سراسر جهان میلیون‌ها نفر را به سوی کارآفرینی و شناخت فرصت‌ها، در جهت کسب و کارهای جدید هدایت نموده است. این پژوهش با هدف بررسی نگرش به کارآفرینی در بنگاه‌های زودبازده کشاورزی در شهرستان بیرجند انجام شد. تحقیق حاضر از جنبه هدف، کاربردی و از حیث و نحوه کنترل متغیرها، غیرآزمایشی به حساب می‌آید. جامعه آماری این تحقیق را بنگاهداران مؤسس، بنگاه‌های زودبازده کشاورزی تشکیل داده‌اند. همچنین، تعداد ۱۳۰ بنگاهدار به روش نمونه‌گیری تصادفی با انتساب متناسب در سال ۱۳۹۵ انتخاب گردیده است. در تحقیق حاضر جهت اندازه‌گیری پایایی ابزار اندازه‌گیری، پرسشنامه طراحی شده بین ۳۰ بنگاهدار توزیع و پس از تکمیل، با استفاده از نرم‌افزار کامپیوتری SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته‌های حاصل از آزمون t نشان می‌دهد که، بین متغیر میزان نگرش به کارآفرینی با متغیرهای تجربه حضور در کلاس‌های آموزشی کارآفرینی و انگیزه و هدفمندی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. همچنین، نتایج آزمون تجزیه واریانس یک‌طرفه (F) که با گروه‌بندی به‌وسیله آزمون LSD و دانکن انجام گرفته، نشان می‌دهد از نظر میزان نگرش به کارآفرینی در بین گروه‌های مختلف سنی تفاوت معنی‌دار وجود دارد. به‌طوری که طبقه سنی زیر ۳۰ سال (جوان) و طبقه سنی ۳۱-۴۰ سال نگرش بیشتری به کارآفرینی نسبت به طبقه سنی بالاتر از ۴۱ سال دارند.

واژه‌های کلیدی: نگرش به کارآفرینی، کلاس‌های آموزشی، بنگاه‌های زودبازده کشاورزی، بیرجند

مقدمه

بیرجند پرداخته شود. بنگاه زودبازده کشاورزی، واحد و کارگاهی است که نیاز به نیروی انسانی محدود با حداقل مهارت، سرمایه اندک، ابزار و لوازم نه‌چندان پیچیده ولی پیشرفته دارد (۱۰).

مناطق روستایی کشورهای در حال توسعه با چالش‌هایی چون بیکاری، فقر، رکود، انزوا، درآمد کم، بهره‌وری پایین، مهاجرت، تضاد اجتماعی، کمبود منابع، آلودگی‌های محیط‌زیستی دست و پنجه نرم می‌کنند، که به گفته دیوید مک کله‌لند به دلیل عدم درک خلاقیت‌ها، نوآوری و موفقیت‌ها است (۱۱). در این زمینه، درک و توجه به افراد موفق و کارآفرینان روستایی و الگوهای فعالیت معیشتی، نوع رفتار و اندیشه آنان به عنوان موتور توسعه اقتصادی می‌تواند زمینه‌ساز توسعه روستایی پایدار شود و کشاورزان موفق و کارآفرین، ذهنیت کارآفرینی و ظرفیت‌های موجود را در می‌آمیزند و فعالیت اقتصادی جدیدی را به وجود می‌آورند که جریان مداومی از درآمد و ثروت را برای آنها تولید می‌کند (۹). امروزه کارآفرینی کشاورزی به عنوان یک بخش مکمل اقتصاد مطرح می‌باشد (۵) و فعالیت‌های کارآفرینانه به عنوان پاسخی به رکود و مشکلات موجود در بخش کشاورزی و همچنین به عنوان یک استراتژی بقاء، برای خانوار روستایی در نظر گرفته می‌شوند (۳، ۲).

یافته‌های پژوهش امیری و همکاران (۱) نشان داد. محدودیت‌های نگرشی و فرهنگی، محدودیت‌های آموزشی، محدودیت‌های حمایتی و زیربنایی، محدودیت‌های بازار و محیط کار، محدودیت‌های قانونی و اداری و محدودیت‌های مالی به ترتیب مهم‌ترین مانع‌های راه‌اندازی کسب و کارهای

کارآفرینی موتور و نیروی محرک رشد اقتصادی در کشورهاست. افرادی که توان کارآفرینی دارند، در جامعه فراوانند اما در اینکه چه کسانی این موقعیت را کسب می‌نمایند جای بحث است. موفقیت کارآفرینی، هم در واحدهای بزرگ و هم در واحدهای کوچک وجود دارد. اما دامنه گسترده آن را واحدهای کوچک تشکیل می‌دهند (۱). جهت‌دهی بنگاهداران و افراد دارای استعداد کارآفرینی به سمت کارهای مولد و فعالیت‌های اقتصادی مورد نیاز جامعه که می‌بایست مورد حمایت قرار گیرند، از اهمیت بالایی برخوردار است و این مهم در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌ها، توجه خاصی را می‌طلبد. شهرستان بیرجند از لحاظ منابع طبیعی و اقلیم متنوع، خاک مستعد، گونه‌های زیستی و توسعه کشت محصولات کشاورزی قابلیت‌های ویژه‌ای دارد. همچنین، به دلیل موقعیت مکانی و جغرافیایی (قرار گرفتن در مسیر ترانزیتی شمال- جنوب، شرق- غرب و همجواری با ۴ استان دیگر) دارای مزیت نسبی به عنوان محرک فعالیت‌های اقتصادی می‌باشد. این شهرستان با وجود کمبود ماشین‌ها و ادوات کشاورزی و سایر نهاده‌های تولیدی و همچنین صنایع پیشینی و تبدیلی کشاورزی از کل سرمایه صنایع کوچک تبدیلی و تکمیلی، جایگاه ۲۵ کشور را دارا می‌باشد (۱۲). این در حالی است که با ایجاد و گسترش شرکت‌های کوچک و متوسط در بخش کشاورزی، جهت رونق اشتغال ملی و توسعه اقتصادی منطقه، گام‌های مؤثرتری می‌توان برداشت. بنابراین، بر اساس چنین دیدگاهی ضروری می‌رسد که به مسأله بررسی تأثیر نگرش به کارآفرینی و ایجاد بنگاه‌های زودبازده کشاورزی در شهرستان

همچنین درآمد حاصل از فعالیت کارآفرینی و ساعات کاری اختصاص داده شده به فعالیت کارآفرینی بیشترین اهمیت را در بین افراد کارآفرین داشته است.

با توجه به مطالب ذکر شده هدف کلی تحقیق بررسی تأثیر نگرش به کارآفرینی در کشاورزی می باشد. اهداف جزئی شامل: بررسی عوامل مؤثر بر نگرش بنگاهداران به ایجاد بنگاه های زودبازده کشاورزی در منطقه مورد مطالعه، شناخت ویژگی های فردی، اجتماعی- اقتصادی بنگاهداران و همچنین ارائه پیشنهادات مناسب به منظور توسعه بنگاه های زودبازده کشاورزی می باشد. همچنین در این راستا پرسش های زیر مطرح گردید:

- عوامل مؤثر بر گرایش به ایجاد بنگاه های زودبازده کشاورزی توسط بنگاهداران چیست؟
- میزان انگیزه و هدفمندی اقتصادی- اجتماعی و حرفه ای بنگاهداران چقدر است؟
- میزان نگرش به کارآفرینی چقدر است؟

مواد و روش ها

پژوهش حاضر، از لحاظ نوع تحقیق، ماهیتی کاربردی دارد. همچنین، از لحاظ درجه نظارت و کنترل، میدانی و از لحاظ نحوه جمع آوری اطلاعات نیز از نوع تحقیقات پیمایشی است. جامعه آماری مورد تحقیق، به طور کاملاً تصادفی انتخاب و حجم نمونه در پژوهش حاضر با استفاده از فرمول کوکران محاسبه گردید.

$$n = \frac{N(t.s)^2}{Nd^2 + (t.s)^2} \quad (1)$$

در این رابطه n = حجم نمونه، s = انحراف معیار (جامعه)، N = حجم جامعه، $d = 0.2$ = دقت احتمالی مطلوب و $t = 1.96$ می باشند.

همچنین، جهت محاسبه حجم نمونه برای جامعه بنگاهداران با توجه به حجم جامعه آماری مورد مطالعه، (N) برابر با ۱۱۳۰ و سپس تعداد ۳۰ نمونه به عنوان پیش آزمون مورد بررسی قرار گرفت، انحراف معیار به دست آمده از این پیش آزمون برابر ۱/۱ به دست آمد. با توجه به رابطه (۱) حجم نمونه برابر ۱۰۵ محاسبه گردید.

$$n = \frac{1130 (1.96 \times 1.1)^2}{(1130 \times 0.2^2) + (1.96 \times 1.1)^2} = 105$$

سپس برای بالا بردن سطح اطمینان، پرسشنامه های بیشتری، بین ۱۳۰ بنگاه توزیع گردید. در این تحقیق، اطلاعات با کمک نرم افزار SPSS₂₀ و با استفاده از روش های آماری توصیفی و استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

کشاورزی هستند، در حالی که محدودیت های شخصی افراد مانعی برای راه اندازی کسب و کار آن ها نمی باشد.

اشراقی سامانی و همکاران (۶) با استفاده از تحلیل عاملی به این نتیجه رسیدند که پنج عامل در قالب موانع اقتصادی، سیاسی، آموزشی، اجتماعی و فرهنگی بیشترین درصد از واریانس کل را به خود اختصاص داد. همچنین، موانع اقتصادی به عنوان عامل اول بیشترین سهم و موانع فرهنگی کمترین سهم را در تبیین واریانس کل داشتند. به عبارت دیگر، مهم ترین چالش در کارآفرینی روستاهای استان ایلام موانع اقتصادی تعیین گردید. فیض پور و همکاران (۷) بیان می کنند که جوانی بنگاه، سودآوری آن، سهم تکنسین های فعال در بنگاه، مخارج انجام شده برای حمل و نقل و تبلیغات و در نهایت نرخ خالص بنگاه های تازه تأسیس به صورت مثبت و معنی دار، بر رشد سریع بنگاه های کوچک و متوسط زودبازده کشاورزی تأثیرگذار است. نتایج پژوهش نجفی (۱۸) نشان می دهد بالا بودن قیمت مواد اولیه، حمل و نقل و انبارداری نامناسب، شیوه های ابتدایی بسته بندی، رعایت نکردن بهداشت، ضد عفونی نامناسب، محدودیت اعتبارهای حمایتی و مقررات دست و پاگیر بانکی، از جمله مهم ترین مشکلات بازاریابی بنگاه های فعال کوچک و زودبازده کشاورزی در کشور محسوب می شوند.

اسمالبون و همکاران در انگلستان (۲۲) به بررسی و مطالعه ویژگی ها و استراتژی های بنگاه های کوچک و متوسط زودبازده کشاورزی با رشد سریع طی ده سال پرداختند. آنها نتیجه گرفتند، تئوری واحد و مشخصی که بتوان با استفاده از آن رشد بنگاه های کوچک و متوسط کشاورزی را توضیح داد، وجود ندارد و به عبارتی این بنگاه ها را نمی توان در یک گروه همگن جای داد. علاوه بر آن، عوامل فراوان و متنوع می تواند بر رشد سریع، تأثیرگذار بوده و از این رو نمی توان این عوامل را به تعداد اندکی محدود نمود.

نتایج پژوهش اسمیت در کشور آلمان (۲۳) با ترسیم دقیقی از وضعیت بخش کشاورزی، نشان می دهد، در کشورهای مختلف، وظیفه دولت ها تدوین برنامه های استراتژیک برای توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی با محوریت برنامه های ترویج کارآفرینی و ارتقاء توانمندی های افراد می باشد. همچنین، برای مقابله با شرایط موجود در بخش کشاورزی، تلاش برای ترویج کارآفرینی و دستیابی به سطوح بالاتر کارآفرینی در این بخش را توصیه می نماید.

نبی زاده ذوالپیرانی و همکاران (۱۷) معتقدند که، افزایش تحصیلات فرد کارآفرین، تعداد اعضای خانواده مشارکت کننده در فعالیت کارآفرینی، تعداد ساعات کاری اختصاص داده شده به فعالیت کارآفرینی و درآمد حاصل از کارآفرینی، انگیزه کارآفرینی در کشاورزی را افزایش می دهد.

جدول ۱- بخش های مختلف پرسشنامه بنگاهداران به همراه تعداد گویه هر بخش

ردیف	مقیاس	تعداد گویه
۱	ویژگی های فردی، اجتماعی- اقتصادی بنگاهداران	۱۲
۲	انگیزه و هدفمندی اقتصادی- اجتماعی و حرفه ای	۱۲
۳	میزان نگرش به کارآفرینی	۱۵

Table 1. Different parts of the questionnaire of the corporations, along with the number of items in each section

در این پژوهش برای تعیین روایی از روش اعتبار محتوایی استفاده گردید. از آنجا که اعتبار محتوایی بستگی به قضاوت و نظر افراد متخصص و کارشناس در موضوع مورد نظر دارد، بنابراین پرسشنامه در اختیار متخصصان و صاحب‌نظران در زمینه کارآفرینی قرار گرفت.

پس از جمع‌بندی نقطه‌نظرات آن‌ها نسبت به تنظیم پرسشنامه نهایی اقدام گردید. همچنین، در تحقیق حاضر به منظور محاسبه قابلیت اعتماد از روش آلفای کرونباخ استفاده گردید. روش آلفای کرونباخ با هدف محاسبه هماهنگی درونی ابزار اندازه‌گیری از جمله پرسشنامه به کار می‌رود و نشان می‌دهد سوال‌های آزمون تا چه حد توانایی سنجش ویژگی واحد را دارند. در این پژوهش ضریب آلفای کرونباخ (۰/۷۷) محاسبه شد، بنابراین پایایی پرسشنامه جهت انجام تحقیق با توجه به آلفای محاسبه شده قابل قبول می‌باشد.

نتایج و بحث

یافته‌های حاصل از آمار توصیفی پژوهش نشان داد، ۱۱۴ نفر از پاسخگویان مورد مطالعه (بنگاه‌داران)، معادل ۸۷/۷ درصد مرد و ۱۶ نفر از پاسخگویان معادل با ۱۲/۳ درصد زن می‌باشند. این نتیجه بیان‌گر آن است که مردان تمایل بیشتری به فعالیت در بنگاه‌ها دارند و شاید کم بودن آمار زنان به خاطر ازدواج آنان و عدم نیاز آنان به فعالیت‌های اقتصادی از یک‌طرف و از طرف دیگر مشکلات مربوط به رفت و آمد به بنگاه و نبودن امنیت اجتماعی برای زنان در بیرون از شهرهاست. از لحاظ وضعیت تأهل ۴۴ نفر از بنگاه‌داران معادل با ۳۳/۸ درصد مجرد و ۸۶ نفر از پاسخگویان معادل با ۶۶/۲ درصد متأهل می‌باشند. همچنین، افراد مورد مطالعه این تحقیق (بنگاه‌داران) در محدوده سنی ۱۹ تا ۶۳ سال قرار دارند و میانگین سنی آن‌ها ۳۹ سال می‌باشد. طبق تعریف سازمان جهانی کار، سنین بین ۱۵ تا ۴۰ سال جزء نیروی کار محسوب می‌شوند. بنابراین، حدود ۶۰ درصد نمونه آماری، جزء نیروی تولیدی بوده‌اند. اکثر بنگاه‌داران (۸۱/۵ درصد) دارای تحصیلات دیپلم و بالاتر می‌باشند که با توجه به سن بنگاه‌داران این نتیجه قابل پیش‌بینی بوده و نوگرا بودن افراد باسواد سبب گرایش این افراد به فعالیت بنگاه‌داری به عنوان شغلی جدید شده است.

نتایج نشان داد بیشترین فراوانی مربوط به بنگاه‌هایی است که صاحبان آن‌ها از یک سرمایه‌گذار (۳۶/۹ درصد) تشکیل شده است، به طوری که ۶۳/۱ درصد از بنگاه‌ها به صورت مشارکتی اداره می‌شوند. از نظر میزان سرمایه ثابت، ۳۸ بنگاه کمتر از یک میلیون تومان، ۲۴ بنگاه بین یک میلیون تا کمتر از ۵ میلیون تومان، ۲۲ بنگاه بین ۵/۱ میلیون تا کمتر از ۱۰ میلیون تومان و ۴۶ بنگاه میزان سرمایه ثابت آنها بیشتر از ۱۰ میلیون تومان است که میانگین میزان سرمایه ثابت بنگاه‌داران ۴/۲ میلیون تومان با انحراف معیار ۱/۳۵ میلیون تومان می‌باشد که کمینه آن ۰/۹۵ میلیون تومان و بیشینه آن ۱۹/۸۷ میلیون تومان می‌باشد. همچنین، از لحاظ میزان سرمایه در گردش، ۳۶ بنگاه معادل با ۲۷/۷ درصد کمتر از یک میلیون تومان، ۳۲ بنگاه معادل با ۲۴/۶

درصد بین یک میلیون تا کمتر از ۵ میلیون تومان، ۴۶ بنگاه معادل با ۳۵/۴ درصد بین ۵/۱ میلیون تا کمتر از ۱۰ میلیون تومان و ۱۶ بنگاه معادل با ۱۲/۳ درصد میزان سرمایه در گردش آن‌ها بیشتر از ۱۰ میلیون تومان است. میانگین میزان سرمایه در گردش بنگاه‌داران ۳/۹ میلیون تومان با انحراف معیار ۱/۱۵ میلیون تومان که کمینه آن و بیشینه آن ۱۳/۶ میلیون تومان می‌باشد. به عبارت دیگر، نتایج تحقیق حاکی از، پراکندگی بالای میزان سرمایه ثابت و سرمایه در گردش، بنگاه‌ها است. نتایج بررسی افزایش درآمد بنگاه‌ها نسبت به سال گذشته در منطقه مورد مطالعه، حاکی از آن است که درآمد ۵۲ بنگاه (۴۰ درصد) بین ۵/۱ تا ۱۰ میلیون تومان نسبت به سال گذشته افزایش داشته است. نتایج بررسی محل تأمین سرمایه‌های اولیه، برای احداث بنگاه‌ها نشان می‌دهد که وام بانکی و منابع شخصی به ترتیب اولویت، مهم‌ترین منابعی هستند که بنگاه‌داران جهت تأمین سرمایه اولیه از آن بهره گرفته‌اند. بنابراین، تنها با وجود حمایت‌های دولت از این بخش، مردم تشویق به سرمایه‌گذاری در این بخش می‌شوند.

نتایج نشان داد ۸۰ درصد از صاحبان بنگاه‌های زودبازده کشاورزی تجربه حضور در کلاس‌های آموزشی- ترویجی کارآفرینی را داشته و فقط ۲۰ درصد آن‌ها این تجربه را نداشته‌اند. بررسی میزان علاقه‌مندی به کار در بین بنگاه‌داران منطقه مورد مطالعه نشان داد که ۴۱ بنگاه‌دار (۳۱/۵ درصد) میزان علاقه‌مندی به کار خود را در سطح خیلی زیاد بیان کرده‌اند. نتایج بررسی میزان تولید بنگاه‌های زودبازده نشان داد، که میانگین تولید بنگاه‌ها ۱۸۷۰ تن از فرآورده‌های وابسته به مواد اولیه‌ی کشاورزی در سال ۹۵ می‌باشد که بیشترین فراوانی (۴۶/۲ درصد) مربوط به بنگاه‌هایی است که تولیدشان کمتر از ۱۰۰۰ تن در سال بوده است که می‌توان به پراکندگی بالای تولید بنگاه‌ها در منطقه با انحراف معیار ۶۷۵۵ پی‌برد به طوری که کمینه و بیشینه تولید بنگاه‌ها به ترتیب برابر با ۱۵۰ تن و ۱۳۰۰۰ تن بوده است. نتایج بررسی میزان متوسط هزینه‌ی تبلیغات در بنگاه‌های زودبازده نشان داد که تبلیغات در هر یک از بنگاه‌ها به تناسب فعالیت و محصول تولیدی‌شان جهت بازاریابی و فروش نقش مهمی در توسعه‌ی آن بنگاه دارد.

نتایج اولویت‌بندی دلایل گرایش به ایجاد بنگاه‌های زودبازده کشاورزی در جدول (۲) نشان داد که کسب درآمد مستقل، کسب منزلت اجتماعی و استفاده از سرمایه خانواده مهم‌ترین دلایل گرایش به ایجاد بنگاه‌های زودبازده کشاورزی بوده است و عدم تمایل به استخدام در دستگاه‌های دولتی و داشتن زندگی کارمندی در اولویت آخر بوده است و این با نتایج مقصودی (۱۴) سهرابی و همکاران (۲۴) سعیدی‌کیا (۱۹) شریف‌زاده و همکاران (۲۱) چراغی (۴) تطابق دارد. همچنین، نتایج اولویت‌بندی میزان نگرش به کارآفرینی در جدول (۳) نشان می‌دهد که در بین ویژگی‌های مورد بررسی گویه‌های "اگر متوجه شوم که کاری را اشتباه انجام داده‌ام، دوست دارم که راه اصلاح آن را پیدا کنم"، "بیشتر به آینده فکر می‌کنم" و "قبل از این که بخواهم در

مطابقت دارد. در بخش آمار استنباطی نیز با استفاده از روش های تحلیل همبستگی، آزمون های مقایسه ای میانگین و تجزیه واریانس به بررسی روابط بین متغیرهای تحقیق پرداخته شد.

مورد کاری تصمیم بگیرم، دوست دارم اطلاعات کافی در مورد آن به دست آورم" در اولویت بالاتری قرار گرفته اند و این با نتایج تحقیق مقصودی (۱۴) سهرابی و همکاران (۲۴) سعیدی کیا (۱۹) میرهاشمی (۱۵) شفیعی و شقاقی (۲۰)

جدول ۲- رتبه بندی گویه های دلایل گرایش به ایجاد بنگاه زودبازده کشاورزی (انگیزه و هدفمندی اقتصادی - اجتماعی و حرفه ای بنگاهداران)

Table 2. Ranking of the reasons for the tendency towards the creation of an agronomic agronomic firm

رتبه	ضریب تغییرات	میانگین	انحراف معیار	گویه (عامل)
۱	۰/۲۰	۲/۸۵	۰/۵۷۷	کسب درآمد مستقل
۲	۰/۳۸	۲/۳۳	۱/۲۶۶	کسب منزلت اجتماعی
۳	۰/۳۸	۲/۷۱	۱/۰۲۳	استفاده از سرمایه خانواده
۴	۰/۳۹	۲/۱۵	۱/۲۲۹	علاقه به فعالیت در عرصه کشاورزی
۵	۰/۳۹	۲/۷۸	۱/۰۷۸	علاقه به تجربه امر "مدیریت" در یک بنگاه
۶	۰/۴۰	۲/۹۵	۱/۱۸۰	پیاده کردن ایده نو و نوآوری در زمینه کشاورزی
۷	۰/۴۲	۲/۵۵	۱/۰۶۴	بهره برداری از منابع بدون استفاده موجود
۸	۰/۴۳	۲/۹۲	۱/۲۶۴	افزایش داریایی های تحت مالکیت خویش
۹	۰/۴۷	۲/۷۱	۱/۲۸۵	ایجاد اشتغال در منطقه
۱۰	۰/۴۸	۲/۵۸	۱/۲۳۲	پیاده کردن آموخته های دوره تحصیل
۱۱	۰/۵۰	۲/۸۷	۱/۴۲۲	داشتن پس انداز مطمئن
۱۲	۰/۷۰	۲/۲۸	۱/۵۸۶	عدم تمایل به استخدام در دستگاه های دولتی و داشتن زندگی کارمندی

جدول ۳- رتبه بندی گویه های میزان نگرش به کارآفرینی

Table 3. Ranking of Attitude to Entrepreneurship

رتبه	ضریب تغییرات	میانگین	انحراف معیار	گویه (عامل)
۱	۰/۱۰	۴/۷۰	۰/۴۶۰	اگر متوجه شوم که کاری را اشتباه انجام داده ام، دوست دارم که راه اصلاح آن را پیدا کنم.
۲	۰/۱۱	۴/۵۰	۰/۵۰۲	بیشتر به آینده فکر می کنم.
۳	۰/۱۱	۴/۳۰	۰/۴۶۰	قبل از این که بخواهم در مورد کاری تصمیم بگیرم دوست دارم اطلاعات کافی در مورد آن به دست آورم.
۴	۰/۱۱	۴/۰۰	۰/۴۴۹	افرادی در کار خود موفق هستند که قدر فرصت ها را بدانند و از فرصت های بدست آمده نهایت استفاده را ببرند.
۵	۰/۱۳	۴/۱۰	۰/۵۴۱	معمولاً وقتی کسی با نظر من مخالفت کند، از نظر خود دفاع می کنم.
۶	۰/۱۴	۴/۲۰	۰/۶۰۲	وقتی که من فرصت های مناسبی را برای خود پیدا می کنم بسیار خوشحال و آرام می شوم.
۷	۰/۱۵	۴/۳۰	۰/۶۴۳	ترجیح می دهم کاری ثابت با درآمد معقول و با امنیت شغلی بالا داشته باشم.
۸	۰/۱۹	۳/۹۳	۰/۷۳۹	عامل اصلی موفقیت من ناشی از تلاش زیاد خودم می باشد.
۹	۰/۲۱	۴/۰۶	۰/۸۵۱	در هنگام جستجوی فرصت ها تلاش می نمایم که به صورتی نوآورانه از رقبای خود پیشی بگیرم.
۱۰	۰/۲۳	۳/۵۰	۰/۸۰۹	حتی اگر احتمال شکست در کاری وجود داشته باشد آن را انجام می دهم.
۱۱	۰/۲۵	۴/۰۷	۱/۰۲۱	ترجیح می دهم که به جای انجام انفرادی یک کار، آن را به صورت گروهی انجام دهم.
۱۲	۰/۲۷	۳/۹۰	۱/۰۴۸	اگر برای انجام یک کار درآمدزا نیاز به پول داشته باشم، حاضر هستم که آن پول را قرض نمایم.
۱۳	۰/۳۰	۳/۴۰	۱/۰۲۴	در رقابت بیشتر به پیروزی فکر می کنم.
۱۴	۰/۳۱	۳/۱۰	۰/۹۴۷	هنگام تعیین هدف برای فعالیت های خود، ترجیح می دهم که اهداف سخت را انتخاب نمایم.
۱۵	۰/۳۹	۳/۳۰	۱/۲۳۴	هنگامی که کاری را در دست می گیرم، به ندرت به کمک دیگران نیاز پیدا می کنم.

جدول ۴- ضرایب همبستگی متغیر میزان درآمد بنگاه های زودبازده با سایر متغیرهای تحقیق

Table 4. Correlation coefficients of income variable of early-period enterprises with other research variables

متغیر	ضریب همبستگی	سطح معنی داری
سن	-۰/۱۲۵	۰/۲۰۲
زمینه فعالیت بنگاه زودبازده	۰/۴۱۰**	۰/۰۰۰
میزان تولید سالانه محصولات	۰/۴۸۸**	۰/۰۰۰
علاقه مندی به کار	۰/۲۱۰*	۰/۰۳۱

** معنی داری در سطح یک درصد * معنی داری در سطح پنج درصد

جدول ۵- تعیین رابطه بین میزان نگرش به کارآفرینی با سایر متغیرهای تحقیق

Table 5. Determining the Relationship between Attitude to Entrepreneurship and the Excitement of Research

متغیر	ضریب همبستگی	سطح معنی داری
سن	-۰/۳۱۸**	۰/۰۰۴
تجربه حضور در کلاس های آموزشی کارآفرینی	۰/۲۹۹**	۰/۰۰۰
انگیزه و هدفمندی اقتصادی - اجتماعی، حرفه ای	۰/۴۵۰**	۰/۰۰۰

** معنی داری در سطح یک درصد * معنی داری در سطح پنج درصد

آزمون مقایسه میانگین

کارآفرینی را دارند با آنهایی که فاقد این تجربه هستند، از آزمون t استفاده و نتایج آن در جدول ۶ آورده شده است.

برای بررسی تفاوت بین میزان نگرش به کارآفرینی در بین گروه هایی که تجربه حضور در کلاس های آموزشی

جدول ۶- آزمون t، مقایسه میانگین میزان نگرش به کارآفرینی با تجربه حضور در کلاس آموزشی- کارآفرینی
Table 6. T test, comparison of the mean of attitude to entrepreneurship with experience in educational class-entrepreneurship

متغیر	متغیر گروه‌بندی	گروه‌ها	میانگین	انحراف معیار	آماره t	سطح معنی‌داری
میزان نگرش به کارآفرینی	تجربه حضور در کلاس‌های آموزشی کارآفرینی	بله خیر	۶/۴۶ ۴/۵۹	۲/۰۴ ۲/۴۹	۳/۷۰**	۰/۰۰۰

** : معنی‌داری در سطح یک درصد * : معنی‌داری در سطح پنج درصد

آزمون تجزیه واریانس

برای بررسی میزان نگرش به کارآفرینی در بین گروه‌های مختلف سنی بنگاه‌داران، از آزمون تجزیه واریانس یک‌طرفه (F) استفاده گردید. گروه‌بندی نیز به وسیله آزمون LSD و دانکن انجام شد که نتایج به‌دست‌آمده در قالب جدول ۷ نشان داده شده است.

جدول ۷- نتایج آزمون تجزیه واریانس یک‌طرفه مقایسه بنگاه‌داران بر اساس سطوح مختلف سنی و میزان نگرش به کارآفرینی
Table 7. Anova Analysis Results Comparison of firms based on different levels of age and attitudes towards entrepreneurship

F	گروه اول	میانگین	گروه دوم	میانگین	مقایسه میانگین	خطای استاندارد	معنی‌داری
۱/۶۵*	زیر ۳۰ سال	۲۲/۰۵	۳۱-۴۰	۱۸/۵۹	۲/۱۳**	۰/۵۶۷	۰/۰۰۴
۱/۶۵*	۳۱-۴۰	۱۸/۹۸	بالتر از ۴۱	۱۶/۶۹	۴/۵۰**	۰/۴۹۰	۰/۰۳۴
			بالتر از ۴۱	۱۶/۹۹	۲/۵۷*	۰/۵۲۰	۰/۰۰۰

** : معنی‌داری در سطح یک درصد * : معنی‌داری در سطح پنج درصد

کارآفرینی، انگیزه و هدفمندی اقتصادی- اجتماعی، حرفه‌ای در سطح یک درصد رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. همچنین نتایج تحقیق همچنین نشان می‌دهد بین میزان نگرش به کارآفرینی و سن کارآفرینان رابطه معنی‌داری و منفی در سطح یک درصد وجود دارد. به طوری که با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت که افرادی که دارای سن کمتری هستند به دلیل انگیزه و توانایی بالا نسبت به افراد مسن‌تر گرایش بیشتری به کارآفرینی دارند. این با نتایج تحقیقات مرادنژادی (۱۵) و قلی‌پور و زادباقر صیقلانی (۷) و کوراتکو (۱۲) تطابق دارد. بر اساس نتایجی که از این تحقیق بدست آمد پیشنهادهایی به قرار زیر قابل ارائه می‌باشد:

- ایجاد صندوق حمایت از بنگاه‌داران به عنوان سیاست حمایتی و راهکاری جهت افزایش انگیزه و حل مشکلات بنگاه‌داران برای ایجاد و توسعه واحدهای کارآفرینانه در بخش کشاورزی.

- با توجه به مخاطرات زیادی که بنگاه‌ها را تهدید می‌کند لازم است با برنامه‌ریزی دقیق امکان استفاده از مزایای بیمه را برای همه بنگاه‌ها فراهم آورد.

- گنجاندن آموزش‌های کارآفرینی در طول دوره‌ی آموزش کشاورزی و همچنین اجرای این آموزش‌ها توسط سازمان‌های مختلف کشاورزی.

- بانک‌ها و منابع تأمین اعتبار به همین منوال سرمایه لازم را جهت احداث بنگاه‌های جدید و همچنین توسعه‌ی بنگاه‌های موجود تأمین نمایند و تسهیلات لازم را در اختیار بنگاه‌داران به‌ویژه در مراحل آغاز فعالیت قرار دهند.

- ساماندهی و تقویت اتحادیه‌ها، حذف واسطه‌ها از طریق تقویت بورس محصولات کشاورزی در سطح شهرستان.

همان‌طور که در جدول ۷ مشاهده می‌شود، از نظر میزان نگرش به کارآفرینی در بین گروه‌های مختلف سنی تفاوت معنی‌دار وجود دارد. به طوری که طبقه سنی زیر ۳۰ سال (جوان)، نگرش به کارآفرینی بیشتر نسبت به طبقات سنی دیگر دارند و همچنین طبقه سنی ۳۱-۴۰ سال نگرش به کارآفرینی بیشتری نسبت به طبقه سنی بالاتر از ۴۱ سال دارند.

بر اساس یافته‌های حاصل از آمار استنباطی تحقیق حاضر، مشاهده شد که ضریب همبستگی بین متغیر میزان درآمد و علاقه‌مندی به کار در سطح ۵ درصد معنی‌داری شده است. بنابراین، هرچه علاقه‌مندی به کار بیشتر باشد میزان درآمد حاصل از بنگاه نیز بیشتر می‌باشد. اگر افراد با علاقه شخصی به بنگاه گرایش پیدا کنند بدون شک با انگیزه و اشتیاق بیشتر به امور مربوط به فعالیت بنگاه‌داری می‌پردازند و طبیعی است که درآمد این افراد نسبت به بنگاه‌دارانی که بدون علاقه‌مندی کار را انتخاب نموده‌اند بیشتر خواهد بود. همچنین، شیوه‌های آموزشی به‌کارگرفته شده در کلاس‌های آموزشی کارآفرینی، دلیلی برای افزایش میزان نگرش به کارآفرینی بنگاه‌داران است. به طوری که تجربه حضور بیشتر در کلاس‌های آموزشی کارآفرینی، افراد را جهت انجام کارهای کارآفرینانه بر می‌انگیزد. این به آن دلیل است که با توجه به خصوصیات افراد کارآفرین و ویژگی‌های آن‌ها، این افراد به دنبال تغییر در زندگی خود هستند. بنابراین این تجربه حضور، کمک بیشتری برای کارآفرینی و ایجاد یک کسب و کار می‌نماید. انگیزه و هدفمندی اقتصادی- اجتماعی، حرفه‌ای نیز یکی از عوامل مؤثر بر میزان نگرش به کارآفرینی است. این‌گونه افراد با داشتن هدف و به دلیل انگیزه و نیاز به پیشرفت به احتمال بیشتری کارآفرین خواهند شد. همان‌طور که نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد، بین میزان نگرش به

– گسترش تجارت الکترونیک در حوزه کسب و کارهای کشاورزی برای حضور در بازارهای منطقه‌ای و بین‌المللی و تقویت ظرفیت‌های بازاریابی کسب و کارهای موجود.

منابع

1. Amiri, M., M.R. Zali and M. Majd. 2009. Setting up new businesses Restrictions, Journal of Entrepreneurship Development, 1(3): 81-102 (In Persian).
2. Benjamin, C. 1990. The growing importance of diversification activities for French farm households, Journal of Rural Studies, 10(4): 42-331.
3. Bowler, I., G. Clark, A. Crockett, B. Ilbery and A. Shaw. 1996. The development of alternative farm enterprises: a study of family labour farms in the Northern Pennines of England, Journal of Rural Studies, 12(3): 285-295.
4. Cheraghi, M. 2011. Khuzestan Maize, Journal of Commercial Organization of Khuzestan Province, 30(1): 102-107 (In Persian).
5. Enting, A. 2002. Modern Agricultural Entrepreneurship: Management Tasks, Institute of Agricultural and Environmental Engineering, 1(3): 1-16.
6. Eshraghi Samani, R., T. Karimi, M. Vahedi and T. Saydeh. 2016. Challenges of Rural Entrepreneurship in Ilam Province, Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture, 3(5): 57-63 (In Persian).
7. Feyzpour, M.A., S. Ardakani and H. Duzbashi. 2010. The Rapid Growth and its Determinants Iranian Industries Manufacturing in Small Enterprises the Development Plan during, The Economic Research, 9(4): 155-173 (In Persian).
8. Gholipour, A. and F. Zadbagher Seyghlani. 2011. The impact of the Entrepreneurship Characteristics the Small Firms to Tendency. Sharif University of Technology Entrepreneurship Center press. Tehran, 8(31): 37-49 (In Persian).
9. Habbershon, T.G. 2006. The Family as a Distinct Context for Entrepreneurship: Praeger Perspectives on Entrepreneurship. In: Mininetti, M., M.P. Rice., S. Spinelli., and A. Zacharakis (eds.) Perspectives on Entrepreneurship, 455-470 pp., Praeger Publishing, USA.
10. Hamedani, A. 2008. Why Small Why the quick, Journal of Entrepreneur, 50: 39-40. (In Persian)
11. Hezarjaribi, J. 2006. Entrepreneurship. 1th edn. Institute of Economic Affairs publishing, Tehran, IRI, 120 pp (In Persian).
12. Industries of Agriculture Organization South Khorasan. 2015. (In Persian)
13. Kuratko Donald, F. and M. Hodgetts Richard. 2007. Entrepreneurship: Theory, Process and Practice. 7th edn. Thomson South-Western Publishing, Ohio, USA, 757 pp.
14. Maghsoudi, J. 2006. The Study and Compare Traits Personality and Entrepreneurs Psychological with People Ordinary in Tehran. The Master's thesis. Allameh Tabatabaei University, 148 pp (In Persian).
15. Mirhashemi, A. 2009. Closure of Date Packing Units in Khuzestan Province. Electronic Network of Iran Food Industry News Network, 1(3): 12-22 (In Persian).
16. Moradnezehadi, H., H. Iravani, H.S Fami, M. Hossini and M. Kafi. 2008. Analysis of Influencing Factors the Entrepreneurship of Development in Production units Greenhouse in Iran. Iranian Journal of Agricultural Science, 38(2): 219-226 (In Persian).
17. Nabizadeh Zolpirani, M., A. Hoseini Yekani and R. Heidari Kamalabadi. 2015. Effective on Motivation of Agricultural Entrepreneurship (Case Study: Guilan Province). Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture, 2(3): 9-18 (In Persian).
18. Najafi, B. 1999. Marketing and Export Crop Production, Journal of Agricultural and Development economics, 40: 7-23 (In Persian).
19. Saedikiya, M. 2004. Introduction to Entrepreneurship, Journal sepas Tehran, 3(2): 54-63 (In Persian).
20. Shafiee, M. and A. Shaghaghi. 2003. Increasing Effective and Competitive Participation of Small and Medium Industries, Tehran : Rasa Cultural Service Institute, 1(3): 1-12 (In Persian).
21. Sharifzadeh, A., M.R. Mahbubi and A. Arabiun. 2010. Explained Components Development of Agricultural businesses in Golestan Province. Journal of Agricultural and Development Economics, 1(4): 85-112 (In Persian).
22. Smallbone, P., R. Leigh and D. North. 1995. The Characteristics and Strategies of High Growth SMEs, International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, 1(3): 44-62.
23. Smit, A.B. 2004. Changing external conditions require high levels of entrepreneurship in Agriculture'. In: Bokelman, Proceedings of the 15th International Symposium on Horticultural Economics and Management, pp: 665-672, Berlin, Germany.
24. Sohrabi, F., J. Maghsudi and A. Karami. 2007. Entrepreneurs Features, Journal of Sharif university of Technology Entrepreneurship Center Press Tehran, 2(8): 72-81 (In Persian).

Investigating the Attitude to Entrepreneurship in Agricultural Quick-Impact Companies (Case Study: City of Birjand)

Saeid Najafi¹, Javad Mikaniki², Fatemeh Khajehee³ and Mojtaba Davarpanah³

1- M.Sc. Student, Azad Islamic University of Birjand Branch,
(Corresponding Author: saeednajafi64@ymail.com)

2- Associate Professor, Birjand University

3- M.Sc. Student, Azad Islamic University of Birjand Branch

Received: April 12, 2016

Accepted: October 7, 2016

Abstract

Increase of unemployment has pushed millions of people around the world toward entrepreneurship and knowing opportunities for new businesses. The research was accomplished aiming to survey the attitude to entrepreneurship in agricultural quick-impact companies in the city of Birjand. The present research is considered practical in terms of purpose and of non-experimental kind in terms of method how to control the variables. The statistical society of the research has included founder company-owners, agricultural quick-impact companies. Also, it has been selected 130 company-owners by proportionate assignment in random sampling in 2016. In the present research, in order to measure the reliability of measurement tool, it was distributed the designed questionnaire among 30 company-owners and it was analyzed using SPSS20 computer software after filling out. The findings from t-test represent that there's a positive and significant relationship between the variable of attitude to entrepreneurship and the variables of experience of attending in motivation and purposefulness and entrepreneurship training classes. Also, the results of one-way analysis of variance test (F) which has been accomplished by grouping using LSD and Duncan's test represent that there's a significant difference in terms of attitude to entrepreneurship among various age groups. As the age category under 30 years (young) and the age category from 31-40 years include more attitude to entrepreneurship than the age category more than 41 year.

Keywords: Birjand, Agricultural Quick-Impact Companies, Educational Classes, Attitude to Entrepreneurship