دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری
راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی

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@ymail.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 به‌سوی 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

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 منابع‌طبیعی 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 مسألهٔ بررسی تأثیر نگرش به کارآفرینی و ایجاد بنگاه‌های زودبازده کشاورزی در شهرستان 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 بقا، 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 به‌ترتیب مهم‌ترین مانع‌های راه‌اندازی کسب و کارهای

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08]

کشاورزی هستند، در حالی که محدودیت‌های شخصی افراد مانعی برای راه‌اندازی کسب و کار آن‌ها نمی‌باشد.

اشراقی سامانی و همکاران (۶) با استفاده از تحلیل عاملی به این نتیجه رسیدند که پنج عامل در قالب موانع اقتصادی، سیاستی، 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، مهم‌ترین چالش در کارآفرینی روستاهای استان ایلام موانع اقتصادی تعیین گردید. فیض‌پور و همکاران (۷) بیان می‌کنند که جوانی بنگاه، سودآوری آن، سهم تکنسین‌های فعال در بنگاه، مخارج انجام شده برای حمل و نقل و تبلیغات و در نهایت نرخ خالص بنگاه‌های تازه‌تأسیس به صورت مثبت و معنی‌دار، بر رشد سریع بنگاه‌های کوچک و متوسط زودبازده کشاورزی تأثیرگذار است. نتایج پژوهش نجفی (۱۸) نشان می‌دهد بالا بودن قیمت مواد اولیه، حمل و نقل و انبارداری نامناسب، شیوه‌های ابتدایی بسته‌بندی، رعایت نکردن بهداشت، ضدعفونی نامناسب، محدودیت اعتبارهای حمایتی و مقررات دست و پاگیر بانکی، از جمله مهم‌ترین مشکلات بازاریابی بنگاه‌های فعال کوچک و زودبازده کشاورزی در کشور محسوب می‌شوند.

اسمالبون و همکاران در انگلستان (۲۲) به بررسی و مطالعه ویژگی‌ها و استراتژی‌های بنگاه‌های 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 بنگاه‌های کوچک و متوسط کشاورزی را توضیح داد، وجود ندارد و به عبارتی این بنگاه‌ها را نمی‌توان در یک گروه همگن جای داد. علاوه بر آن، عوامل فراوان و متنوع می‌تواند بر رشد سریع، تأثیرگذار بوده و از این‌رو نمی‌توان این عوامل را به تعداد اندکی محدود نمود.

نتایج پژوهش اسمیت در کشور آلمان (۲۳) با ترسیم دقیقی از وضعیت بخش کشاورزی، نشان می‌دهد، در کشورهای مختلف، وظیفه دولت‌ها تدوین برنامه‌های استراتژیک برای توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی با محوریت برنامه‌های ترویج کارآفرینی و ارتقاء توامندی‌های افراد می‌باشد. همچنین، برای مقابله با شرایط موجود در بخش کشاورزی، تلاش برای ترویج کارآفرینی و دستیابی به سطوح بالاتر کارآفرینی در این بخش را توصیه می‌نماید.

نبی‌زاده ذوالپیرانی و همکاران (۱۷) معتقدند که، افزایش تحصیلات فرد کارآفرین، تعداد اعضای خانواده مشارکت‌کننده در فعالیت کارآفرینی، تعداد ساعات کاری اختصاص داده شده به فعالیت کارآفرینی و درآمد حاصل از کارآفرینی، انگیزه کارآفرینی در کشاورزی را افزایش می‌دهد. 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 می‌باشد. اهداف جزئی شامل: بررسی عوامل مؤثر بر نگرش بنگاه‌داران به ایجاد بنگاه‌های زودبازده کشاورزی در منطقه مورد مطالعه، شناخت ویژگی‌های فردی، اجتماعی- اقتصادی بنگاه‌داران و همچنین ارائه پیشنهادات مناسب به منظور توسعه بنگاه‌های زودبازده کشاورزی می‌باشد. همچنین در این راستا پرسش‌های زیر مطرح گردید:

- عوامل مؤثر بر گرایش به ایجاد بنگاه‌های زودبازده کشاورزی توسط بنگاه‌داران چیست؟
- میزان انگیزه و هدفمندی اقتصادی- اجتماعی و حرفه‌ای بنگاه‌داران چقدر است؟
- میزان نگرش به کارآفرینی چقدر است؟

مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر، از لحاظ نوع تحقیق، ماهیتی کاربردی دارد. همچنین، از لحاظ درجه نظارت و کنترل، میدانی و از لحاظ نحوه جمع‌آوری 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.

$$n = \frac{N(t.s)^2}{Nd^2 + (t.s)^2} \qquad (۱)$$

در این رابطه n= حجم نمونه، s= انحراف معیار (جامعه)، N= حجم جامعه، d=۰/۲ دقت احتمالی مطلوب و t = ۱/۹۶ می‌باشند.

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 پیش‌آزمون مورد بررسی قرار گرفت، انحراف معیار به دست آمده از این پیش‌آزمون 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، پرسشنامه‌های بیشتری، بین ۱۳۰ بنگاه توزیع گردید. در این تحقیق، اطلاعات با کمک نرم‌افزار $Spss_{20}$ و با استفاده از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

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

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

ردیف	مقیاس	تعداد گویه
۱	ویژگی‌های فردی، اجتماعی- اقتصادی بنگاه‌داران	۱۲
۲	انگیزه و هدفمندی اقتصادی- اجتماعی و حرفه‌ای	۱۲
۳	میزان نگرش به کارآفرینی	۱۵

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08]

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 آلفای‌کرونباخ استفاده گردید. روش آلفای‌کرونباخ 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 آلفای‌کرونباخ (۰/۷۷) محاسبه شد، بنابراین پایایی پرسشنامه جهت انجام تحقیق با توجه به آلفای محاسبه شده قابل‌قبول می‌باشد.

نتایج و بحث

یافته‌های حاصل از آمار توصیفی پژوهش نشان داد، ۱۱۴ نفر از پاسخگویان مورد مطالعه (بنگاه‌داران)، معادل با 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 بنگاه داران 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 نیروی‌کار محسوب می‌شوند. بنابراین، حدود ۶۰ درصد نمونه آماری، جزء نیروی تولیدی بوده‌اند. اکثر بنگاه داران (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 سرمایه‌ی 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 هریک 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 دستگاه های 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

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08]

مورد کاری تصمیم بگیرم، دوست دارم اطلاعات کافی در مورد آن به دست آورم" در اولویت بالاتری قرار گرفته‌اند و این با نتایج تحقیق مقصودی (۱۴) سهرابی و همکاران (۲۴) سعیدی‌کیا (۱۹) میرهاشمی (۱۵) شفیعی و شقاقی (۲۰) مطابقت دارد. در بخش آمار استنباطی نیز با استفاده از روش‌های تحلیل همبستگی، آزمون‌های مقایسه‌ی میانگین و تجزیه واریانس به بررسی روابط بین متغیرهای تحقیق پرداخته شد.

جدول ۲- رتبه‌بندی گویه‌های دلایل گرایش به ایجاد بنگاه زودبازده کشاورزی (انگیزه و هدفمندی اقتصادی- اجتماعی و حرفه‌ای بنگاه‌داران)
Table 2. Ranking of the reasons for the tendency towards the creation of an agronomic agronomic firm

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

جدول ۳- رتبه‌بندی گویه‌های میزان نگرش به کارآفرینی
Table 3. Ranking of Attitude to Entrepreneurship

گویه (عامل)	انحراف معیار	میانگین	ضریب تغییرات	رتبه
اگر متوجه شوم که کاری را اشتباه انجام داده‌ام، دوست دارم که راه اصلاح آن را پیدا کنم.	۰/۴۶۰	۴/۷۰	۰/۱۰	۱
بیشتر به آینده فکر می‌کنم.	۰/۵۰۲	۴/۵۰	۰/۱۱	۲
قبل از این که بخواهم در مورد کاری تصمیم بگیرم دوست دارم اطلاعات کافی در مورد آن به دست آورم.	۰/۴۶۰	۴/۳۰	۰/۱۱	۳
افرادی در کار خود موفق هستند که قدر فرصت‌ها را بدانند و ازفرصت‌های بدست آمده نهایت استفاده را ببرند.	۰/۴۴۹	۴/۰۰	۰/۱۱	۴
معمولاً وقتی کسی با نظر من مخالفت کند، از نظر خود دفاع می کنم.	۰/۵۴۱	۴/۱۰	۰/۱۳	۵
وقتی که من فرصت‌های مناسبی را برای خود پیدا می‌کنم بسیار خوشحال و آرام می‌شو م.	۰/۶۰۲	۴/۲۰	۰/۱۴	۶
ترجیح می‌دهم کاری ثابت با درآمد معقول و با امنیت شغلی بالا داشته باشم.	۰/۶۴۳	۴/۳۰	۰/۱۵	۷
عامل اصلی موفقیت من ناشی از تلاش زیاد خودم می‌باشد.	۰/۷۳۹	۳/۹۳	۰/۱۹	۸
در هنگام جستجوی فرصت‌ها تلاش می‌نمایم که به صورتی نوآورانه از رقبای خود پیشی بگیرم.	۰/۸۵۱	۴/۰۶	۰/۲۱	۹
حتی اگر احتمال شکست در کاری وجود داشته باشد آن را انجام می‌دهم.	۰/۸۰۹	۳/۵۰	۰/۲۳	۱۰
ترجیح می‌دهم که به جای انجام انفرادی یک کار، آن را به صورت گروهی انجام دهم.	۱/۰۲۱	۴/۰۷	۰/۲۵	۱۱
اگر برای انجام یک کار درآمدزا نیاز به پول داشته باشم، حاضر هستم که آن پول را قرض نمایم.	۱/۰۴۸	۳/۹۰	۰/۲۷	۱۲
در رقابت بیشتر به پیروزی فکر می‌کنم.	۱/۰۲۴	۳/۴۰	۰/۳۰	۱۳
هنگام تعیین هدف برای فعالیت‌های خود، ترجیح می‌دهم که اهداف سخت را انتخاب نمایم.	۰/۹۴۷	۳/۱۰	۰/۳۱	۱۴
هنگامی که کاری را در دست می‌گیرم، به ندرت به کمک دیگران نیاز پیدا می‌کنم.	۱/۲۷۴	۳/۳۰	۰/۳۹	۱۵

جدول ۴- ضرایب همبستگی متغیر میزان درآمد بنگاه‌های زودبازده با سایر متغیرهای تحقیق
Table 4. Correlation coefficients of income variable of early-period enterprises with other research variables

متغیر	آزمون	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری
سن	پیرسون	-۰/۱۲۵	۰/۲۰۲
زمینه فعالیت بنگاه زودبازده	پیرسون	۰/۴۱۰**	۰/۰۰۰
میزان تولید سالانه محصولات	پیرسون	۰/۴۸۸ **	۰/۰۰۰
علاقه‌مندی به کار	اسپیرمن	۰/۲۱۰*	۰/۰۳۱

** : معنی‌داری در سطح یک درصد * : معنی‌داری 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

	آزمون	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری
سن	پیرسون	-۰/۳۱۸**	۰/۰۰۴
تجربه حضور در کلاس‌های آموزشی کارآفرینی	پیرسون	۰/۲۹۹**	۰/۰۰۰
انگیزه و هدفمندی اقتصادی - اجتماعی، حرفه‌ای	اسپیرمن	۰/۴۵۰**	۰/۰۰۰

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

آزمون مقایسهٔ میانگین

برای بررسی تفاوت بین میزان نگرش به کارآفرینی در بین گروه‌هایی که تجربه حضور در کلاس‌های آموزشی کارآفرینی را دارند با آن‌هایی که فاقد این تجربه هستند، از آزمون t استفاده و نتایج آن در جدول ۶ آورده شده است.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08]

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	تجربه حضور در کلاس‌های	بله	۶/۴۶	۲/۰۴		
به کارآفرینی	آموزشی کارآفرینی	خیر	۴/۵۹	۲/۴۹	۳/۷۰**	۰/۰۰۰

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

یافته‌ها در جدول ۶ نشان می‌دهد، میزان نگرش به کارآفرینی بین بنگاه‌دارانی که تجربه حضور در کلاس‌های آموزشی کارآفرینی را دارند با آن‌هایی که فاقد چنین تجربه‌ای هستند در سطح یک درصد تفاوت معنی‌داری وجود دارد. همچنین، بین میزان نگرش به کارآفرینی با دیگر متغیرهای تحقیق، تفاوت معنی‌داری وجود نداشت.

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	۴۰-۳۱	۱۸/۵۹	۲/۱۲**	۰/۵۶۷	۰/۰۰۴
			بالاتر از ۴۱	۱۶/۶۹	۴/۵۷**	۰/۴۹۰	۰/۰۳۴
۱/۶۵*	۴۰-۳۱	۱۸/۹۸	بالاتر از ۴۱	۱۶/۹۹	۲/۵۷*	۰/۵۲۰	۰/۰۰۰

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

همان‌طورکه 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 بنگاه دارانی 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 وکار 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 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 همه‌ی 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.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08]

- 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 acrivities 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 Northen Pennines of England, Journal of Rural Studies, 12(3): 285-295.
4. Cheraghi, M. 2011. Khuzestan Maize, Journal of Commerical Organization of Khuzestan Province, 30(1): 102-107 (In Persian).
5. Enting, A. 2002. Modern Agricultural Entrepreneurship: Management Tasks, Institute of Agricultural and Enviromental 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: Mininniti, M., M.P. Rice., S. Spinelli., and A. Zacharakis (eds.) Perspectives on Enterepreneurship, 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. Moradnezhadi, 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 Privince). 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. Inteoduction 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).

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08]

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

Saeid Najafi[1], Javad Mikaniki[2], Fatemeh Khajehee[3] and Mojtaba Davarpanah[3]

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

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08]