دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری
راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی

"مقاله پژوهشی"

واکاوی تأثیر مؤلفه‌های جهت‌گیری کارآفرینانه بر نیت کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی شهرستان مرودشت

مدینه خسروجردی[۱] و مریم شریف‌زاده[۲]

۱- دانشجوی دکتری توسعه کشاورزی، گروه مدیریت توسعه روستایی، دانشگاه یاسوج، ایران
۲- دانشیار ترویج کشاورزی و توسعه روستایی، گروه مدیریت توسعه روستایی، دانشگاه یاسوج، ایران، (نویسنده مسوول: m.sharifzadeh@ yu.ac.ir)
تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۹/۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۰/۲۸
صفحه: ۸۶ تا ۹۶

چکیده مبسوط

مقدمه و هدف: نیت کارآفرینی به‌عنوان نقطه‌ی آغازین و پیش‌شرط فعالیت‌های کارآفرینانه تلقی می‌شود. استنباط می‌شود که نیات کارآفرینانه متأثر از جهت‌گیری کارآفرینانه افراد است. مقصود از جهت‌گیری کارآفرینانه میزان گرایش افراد به فرصت‌های کسب و کار، پیشگامی و ریسک‌پذیری، توفیق‌طلبی و استقلال‌طلبی است. از آنجا که آگاهی از نیت کارآفرینی افراد و شناخت عوامل اثرگذار بر آن در توسعه کارآفرینی بالاخص در مناطق روستایی نقش به‌سزایی دارد، لذا پژوهش حاضر به‌منظور بررسی تأثیر مؤلفه‌های جهت‌گیری کارآفرینانه بر نیت کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی انجام شده است.

مواد و روش‌ها: این پژوهش به روش پیمایش انجام شده و جامعه آماری پژوهش، ۱۵۰ نفر از کارآفرینان بخش کشاورزی شهرستان مرودشت بود. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه‌ای بوده که روایی صوری آن از طریق نظرسنجی از اساتید صاحب نظر و پایایی آن از طریق مطالعه پیشاهنگ خارج از نمونه آماری تأیید شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) استفاده شد.

یافته‌ها: نتایج تحلیل عاملی تأییدی (CFA) روایی، پایایی و برازش متغیرهای نهفته پژوهش را تأیید کرد. نتایج مدل‌سازی ساختاری نشان داد که، مؤلفه‌های تمایل به ریسک، نیاز به موفقیت و نیاز به استقلال مهم‌ترین پیش‌بینی کننده‌های قصد کارآفرینی بودند. افزون بر این، ۱۵ درصد از تغییرات واریانس نیت کارآفرینانه‌ی کارآفرینان کشاورزی مورد مطالعه از طریق مؤلفه‌های جهت‌گیری کارآفرینانه آن‌ها تبیین می‌شود. تجزیه و تحلیل همبستگی نشان داد که، مولفه‌های استقلال، نیاز به موفقیت (توفیق‌طلبی) و ریسک‌پذیری کارآفرینان با نمرات قصد کارآفرینی در نمونه مورد مطالعه، رابطه مستقیم و مثبتی دارند. با این حال، مؤلفه‌های شناسایی فرصت و پیشگامی، تغییراتی را در نیات کارآفرینی آن‌ها پیش‌بینی نکردند.

نتیجه‌گیری: جهت‌گیری کارآفرینانه‌ی قوی بر بروز عملکرد کارآفرینانه اثر دارد به‌شکلی که به سطوح بالایی از رفتارهای خلاقانه، اثرگذار و خطرپذیر می‌انجامد. کارآفرینان با جهت‌گیری کارآفرینی قوی افرادی هستند که این توانایی را دارند تا محیط نامطمئن را به نفع خودشان تغییر دهند. تأثیر مستقیم مؤلفه‌های مورد مطالعه بر قصد کارآفرینی نشان می‌دهد که جهت‌گیری کارآفرینانه با ارتقای بستر تسهیل‌کننده مناسب برای آشنایی با فرصت‌های کارآفرینی محقق می‌شود. در نهایت، نتیجه‌گیری در خصوص یافته‌ها به تعدادی پیشنهاد کاربردی در جهت تقویت نیت کارآفرینانه‌ی کارآفرینان کشاورزی برای کمک به مدیران و برنامه‌ریزان کشاورزی منجر شد.

واژه‌های کلیدی: جهت‌گیری کارآفرینی، ریسک‌پذیری، فرصت‌های کارآفرینی، کارآفرینان کشاورزی، نیت کارآفرینی

مقدمه

رشد صنعت و رونق بخش خدمات و کم‌توجهی به بخش کشاورزی و مناطق روستایی کشور به همراه نبود فرصت‌های شغلی کافی، ناپایداری در حوزه اشتغال و کاستی‌های موجود در بستر تنوع شغلی در مناطق روستایی (۲۹) و شکاف و نابرابری‌های ناشی از توسعه نامتوازن و نادیده انگاشتن استعدادها و ظرفیت‌ها در زمینه توسعه‌ی اقتصادی و عدم برنامه‌ریزی صحیح در مکان‌های جغرافیایی (۲)، نقش مهمی در ظهور چالش‌های اقتصادی، اجتماعی و معضل بیکاری در مناطق روستایی داشته است (۴۰). این در حالی است که روستاها به‌دلیل نقش انکارناپذیرشان از جایگاه مهمی در رشد اقتصادی، اجتماعی و سیاسی با مقیاس‌های مختلف محلی، منطقه‌ای و ملی برخوردار می‌باشند (۳۲). نقش تولیدی روستا جهت حصول به امنیت غذایی، مساعدت به بخش صنعت و نیز نقش صادرات غیر نفتی روستا در تولید ناخالص ملی و ایجاد فرصت‌های شغلی، از جمله آثار مطلوب مناطق روستایی در توسعه ملی محسوب می‌شود (۱۰). همچنین، بخش کشاورزی در مقایسه با دو بخش صنعت و خدمات نقش مهمی در اقتصاد کشورهای رو به پیشرفت دارد (۱۵). علی‌رغم رشد سریع صنعت و خدمات، کشاورزی همچنان اصلی‌ترین زیربخش اقتصاد روستا به شمار رفته و توسعه‌ی کشاورزی راهبرد اصلی توسعه‌ی روستایی معرفی می‌گردد (۲). بنابراین، ایجاد کسب و کار و خوداشتغالی کشاورزی در روستاها یکی از موضوع‌های مهم در کشورهای رو به پیشرفت است (۲۰). کسب و کارهای کشاورزی، به‌دلیل بهره‌مندی از مزیت‌هایی چون بهره‌برداری از منابع، ساختار مالکیت و مدیریت، پیوند با بازار، قدرت جذب دانش و فناوری پیشرفته، نوآوری و توسعه‌ی زنجیره‌های کشاورزی برای دستیابی به ارزش افزوده بالا، بستری مساعد برای توسعه‌ی کارآفرینی به شمار می‌رود (۹). اگرچه نباید گفت که کارآفرینی تنها راهکار اشتغال‌زایی و افزایش درآمد مردم روستایی است، اما قطعاً می‌توان اذعان نمود که یکی از بهترین و بهره‌ورترین انواع آن است. چنانکه امروزه، نقش کارآفرینی به‌عنوان موتور توسعه اقتصادی به‌طور گسترده‌ای در بسیاری از کشورها به رسمیت شناخته شده است (۲۱،۲۴،۳۱). به عبارت دیگر کارآفرینی فرآیند خلق و نوزایی و قبول مخاطرات و منافع آن است (۱۷). در واقع کارآفرینی عبارت است از فرآیند ایجاد ارزش از طریق تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع، به منظور بهره‌گیری از فرصت‌هاست (۳۵). کارآفرینان از طریق استفاده از منابع و ایجاد نوآوری نقشی مهم در توسعه اقتصادی ایفا نموده و به عنوان منبعی مهم در پیشرفت صنعت و تولید خدمات در نظر گرفته می‌شوند (۱). اقتصاددانان، کارآفرینی را مهم‌ترین پیشران توسعه اقتصادی روستاها، سیاست‌مداران آن را یک استراتژی کلیدی برای جلوگیری از اغتشاشات و ناآرامی در

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-10]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1400.8.16.10.9]
[DOI: 10.52547/jea.8.16.86]

روستاها، کشاورزان و روستاییان آن را ابزاری برای بهبود درآمد خویش و زنان آن را امکانی برای اشتغال در مجاورت محل سکونت خود و ابزاری برای حصول خودمختاری و استقلال، می‌دانند (۲۴). در مجموع، کارآفرینی در جوامع روستایی از چند جهت دارای اهمیت است: ایجاد اشتغال با هزینه سرمایه‌ای نسبتاً کم و توسعه‌ی یک سرمایه‌گذاری مشترک توسط کارکنان ماهر به گونه‌ای که در نهایت از طریق ایجاد تجارت‌های کوچک در یک جامعه، سرمایه‌گذاری‌ها و پس‌انداز محلی افزایش یافته و استفاده از منابع محلی ارتقاء می‌یابد (۲۴). امروزه تلاش‌های روستاییان برای دستیابی به پایداری اقتصادی می‌تواند با کمک کارآفرینان محلی افزایش یابد، زیرا تمرکز بر منابع اقتصادی محلی از طریق توسعه کارافرینی محلی یکی از شیوه‌های توسعه اقتصادی این مناطق است (۱۶). به منظور استفاده بهینه از فرصت‌ها و ارزش‌های جدید، جهت‌گیری کارآفرینانه یا گرایش کارآفرینانه فرایندی است که راه‌های جدیدی را برای توسعه و تجاری‌سازی محصولات جدید، حرکت به سمت بازارهای جدید و ارائه خدمات جدید به مشتریان خلق می‌کند (۱۳). وانگ (۳۹) بر این باور است که جهت‌گیری کارآفرینی را باید به وجود انگیزه‌ای در افراد برای بروز نیت (قصد) و رفتار کارآفرینی مانند به وجود آوردن و شناخت فرصت‌ها و استفاده از روش‌های نوین تعریف کرد. میت‌چل‌مور (۲۶) بیان می‌دارد کـه جهت‌گیری کارآفرینی اشاره به گرایش یک فرد یا سازمان برای پذیرفتن و استفاده از فرصت‌های جدید و همچنین مسـئولیت‌پذیری برای ایجاد تغییری خلاقانه دارد (۲۶). در زمینه‌ی ضرورت توجه به جهت‌گیری کارآفرینی باید گفت که گرایش به کارآفرینی از آن جهت اهمیت دارد که پیش‌بینی‌کننده و عاملی مؤثر بر نیت و رفتار کارآفرینی است (۱۴،۲۸).

شهرستان مرودشت یکی از قطب‌های مهم کشاورزی در استان فارس به‌شمار می‌رود. این شهرستان با استقرار در موقعیتی مناسب از نظر کشت محصولات کشاورزی به‌ویژه محصولات صیفی از اهمیت خوبی برخوردار است. مرودشت بیش از یک دهه مقام اول تولید گندم ایران را به‌خود اختصاص داده است. آنچه مسلم است این است که این شهرستان به‌دلیل دارا بودن پتانسیل‌های بالای بوم‌شناختی (طبیعی و انسانی) در زمینه کشاورزی، می‌تواند یکی از مناطق و قطب‌های مهم کشاورزی باشد که تاکنون به‌دلیل نبود نگرش‌های کارآفرینی در برنامه‌های توسعه از یک سو و حاکمیت نظریه کیک – در نظریه خیر محدود[1] راجر، وابستگی جامعه روستایی و کشاورزی را به دولت مطرح نموده است (۳۳).

همانند بسیاری از جوامع روستایی، استعدادها و خلاقیت‌های انسانی و منابع طبیعی کشاورزی در روستاهای این شهرستان از رشد چندانی برخوردار نبوده است و عمدتاً به صورت معیشتی و آسیب‌پذیر باقی مانده‌اند. یکی از مهم‌ترین مشکلات مناطق روستایی شهرستان مرودشت نبود فرصت‌های شغلی مناسب در مناطق روستایی این شهرستان و مهاجرت جوانان روستایی به شهرها می‌باشد که موضوع ایجاد سرمایه‌گذاری به وسیله کارآفرینان به‌خصوص در بخش کشاورزی می‌تواند موجب کاهش مهاجرت روستاییان شود. لذا از آنجایی که توسعه کسب و کارهای کشاورزی، به‌ویژه در مناطق مستعد کشور، همانند شهرستان مرودشت که به لحاظ جغرافیای کارآفرینی، از مزیت‌های نسبی و قابل ملاحظه طبیعی برای پرورش محصولات کشاورزی برخوردار هستند، یکی از مظاهر توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی به‌شمار می‌آید. در این باره نیت و تمایل به کارآفرینی را می‌توان به‌عنوان پیش درآمد و عامل مؤثر بر رفتار کارآفرینانه و یا تصمیم برای کارآفرین‌بودن و خلق یک کار جدید قلمداد کرد. بر این اساس، باید آموزش‌های کارآفرینی در افراد را به سمتی فراتر از آشنایی و ایجاد مهارت‌های راه‌اندازی یک کسب‌وکار کارآفرینانه برد و بیشتر به دنبال این موضوع رفت که چگونه در افراد نیت کارآفرینانه شکل می‌گیرد. بررسی وضعیت مؤلفه‌های جهت‌گیری کارآفرینانه و تحلیل اثرات آن بر نیت کارآفرینی می‌تواند شناخت خوبی از وضعیت جهت‌گیری کارآفرینانه و ابعاد آن برای سایر محققان فراهم آورد که با شناخت مؤلفه‌های اثرگذار آن بر نیت کارآفرینی می‌توان باعث بهبود کیفیت زندگی مردم در نواحی روستایی شد. کارآفرینی، عاملی مؤثر در افزایش تولید و اشتغال‌زایی، راهی برای مقابله با بحران بیکاری و پاسخگویی به تقاضاهای متنوع جامعه روستایی است و از این‌رو به یکی از جنبه‌های مهم برنامه‌های توسعه روستایی و کشاورزی تبدیل شده است (۹). جهت‌گیری کارآفرینی به معنای فرآیندها، تصورات و فعالیت‌های تصمیم‌گیری است که به ورود به حوزه‌های نوین کسب‌وکار منجر می‌شود و در برگیرنده باورهای ریشه‌دار و ارزش‌های مرتبط با جهت‌گیری کارآفرینانه است که به‌طور هم‌زمان فعال، ریسک‌پذیر و نوآورانه می‌باشد (۳۰). تحقیقات اخیر تصور جهت‌گیری کارآفرینی را به‌عنوان یک ساختار روانی به خصوص برای درک رفتار فرد می‌دانند (۸). چارچوب اصلی ابعاد جهت‌گیری کارآفرینانه ابتدا توسط میلر مطرح شد. او ابعاد مشخصی برای توصیف جهت‌گیری کارآفرینانه پیشنهاد داد که شامل ارائه محصولات نوآور، مخاطره‌پذیری و همچنین پیشگام بودن در نوآوری و در تنگنا قرار دادن رقبا می‌باشند (۲۶). محققان دیگر دو عامل نیاز به پیشرفت (توفیق‌طلبی) و استقلال‌طلبی که می‌تواند در جهت‌گیری کارآفرینانه نقش مهمی داشته باشند را به موارد بالا افزودند (۵). در پژوهش حاضر، ویژگی‌های استقلال‌طلبی، شناسایی فرصت، پیشگامی، نیاز به پیشرفت (توفیق‌طلبی) و ریسک‌پذیری به‌عنوان مؤلفه‌های جهت‌گیری کارآفرینانه در نظر گرفته شده‌اند. این مؤلفه‌ها اغلب با هم کار می‌کنند تا عملکرد کارآفرینانه‌ی فرد را بهبود بخشند.

در رابطه با موضوع پژوهش مطالعات مختلفی در داخل و خارج از کشور انجام شده است. بشیر خداپرستی و باقری قره بلاغ (۶) در پژوهش خود با عنوان واکاوی نقش جهت‌گیری برند و گرایش کارآفرینانه بر عملکرد برند در شرکت‌های تولید کننده مواد غذایی سبز به این نتیجه دست یافتند که، بین جهت‌گیری برند و گرایش کارآفرینانه تأثیر مثبت و معنی‌داری وجود دارد و قلب گرایش کارآفرینانه، نوآوری است. رستمی

1- Limit Good Theories

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-10]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1400.8.16.10.9]
[DOI: 10.52547/jea.8.16.86]

فلوردی و همکاران (۳۴) نیز در پژوهشی با عنوان گرایش به کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی بیان نمودند که، تعاونی‌ها می‌توانند با بهره‌گیری از عناصر کارآفرینی جمعی مانند خلاقیت، نوآوری، شناسایی و بهره‌گیری از فرصت‌ها، ریسک‌پذیری و غیره کارایی و اثربخشی خود را افزایش داده و به شکل موفق‌تری عمل نمایند. لذا یکی از اهداف این پژوهش بررسی این فرضیه بود که شناسایی فرصت تأثیر مثبت و معنی‌داری بر نیت کارآفرینانه‌ی کارآفرینان دارد (H2). مخت و همکاران (۲۷) به بررسی مهارت‌های شخصیتی کارآفرینانه جوانان روستایی شهرستان گنبد کاووس پرداختند. نتایج اولویت‌بندی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه‌ی جوانان روستایی نشان داد که، ویژگی «عملگرایی» اولین و مهم‌ترین اولویت بود و نیاز به موفقیت، کانون کنترل، ریسک‌پذیری، چالش‌طلبی و تحمل ابهام به ترتیب در اولویت‌های بعدی قرار داشتند. آزمون t مستقل حاکی از اختلاف معنی‌دار بین افراد متمایل به راه‌اندازی کار کشاورزی و مهارت‌های ریسک‌پذیری، کانون کنترل و تحمل ابهام بود اما هیچ اختلاف معنی‌داری بین مهارت‌های کارآفرینانه‌ی دختران و پسران مورد بررسی وجود نداشت. بر این مبنا یکی از فرضیه‌های پژوهش شکل گرفت. بنابراین، یکی دیگر از فرضیه‌های پژوهش آن است که ریسک‌پذیری تأثیر مثبت و معنی‌داری بر نیت کارآفرینانه‌ی کارآفرینان دارد (H5). بولتن و لانه (۸) در پژوهشی به بررسی جهت‌گیری کارآفرینی فردی پرداختند. مؤلفه‌های جهت‌گیری در این پژوهش بر اساس پنج بعد تعریف شده‌ی جهت‌گیری کارافرینی توسط لامپکین و دس در نظر گرفته شد. نتایج پژوهش حاکی از آن بود که نوآوری، ریسک‌پذیری و پیشرو بودن، از نظر آماری با نیت کارآفرینی دارای رابطه مثبت و معنی‌داری می‌باشد. بنابراین، بررسی این که پیشگامی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر نیت کارآفرینانه‌ی کارآفرینان دارد (H3)، به عنوان دیگر فرضیه پژوهش در نظر گرفته شد. تاتیلا و دوون (۳۸)، در پژوهشی تحت عنوان اندازه‌گیری جهت‌گیری کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه به کشف تفاوت‌ها و شباهت‌ها درمورد جهت‌گیری کارآفرینی دانشجویان پرداختند و به این نتیجه رسیدند که، در حال حاضر کارآفرینان با نمره بالاتری از (تمایل به کارآفرینی، نوآوری و ریسک) اقدام به کارآفرینی می‌کنند. حسینی و اسکندری (۱۸) در پژوهشی کارآفرینی و عملکرد کسب‌وکار در زمینه کشاورزی ایران را مورد بررسی قرار دادند. نتایج پژوهش نشان داد که، یک رابطه مستقیم مثبت بین جهت‌گیری و عملکرد کارافرینی در محیط کسب‌وکار کشاورزی وجود دارد. فیلسر و اگر (۱۱) به بررسی پژوهشی با عنوان جهت‌گیری کارآفرینی و عملکرد شرکت، مطالعه تطبیقی (اتریش، لیختن اشتاین و سوئیس) پرداختند. در این پژوهش به بررسی و اهمیت هر یک از سازه‌های جهت‌گیری کارآفرینانه (نوآوری، پیشگامی و ریسک‌پذیری) بر روی قصد کارافرینی و عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط و همچنین افراد در کشورهای مختلف اما همسایه پرداخته شد. براساس نظرسنجی تلفنی، پاسخ ۳۰۴ صاحب مشاغل و مدیر عامل جمع‌آوری و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج نشان داد که، عملکرد افراد و شرکت‌ها به‌طرز چشم‌گیری تحت تأثیر نوآوری و ریسک‌پذیری قرار دارد اما پیشگام بودن تأثیری در عملکرد شرکت‌ها و قصد و نیت کارآفرینانه افراد نداشت. لچنر و گادمونسون (۲۳) در پژوهشی به بررسی رابطه میان جهت‌گیری کارآفرینانه و عملکرد کسب‌وکار کوچک پرداختند. یافته‌های آن‌ها بیانگر آثار مختلف ابعاد گرایش کارآفرینانه بر عملکرد کسب‌وکارها بود. بر مبنای این مطالعه گرایش نوآورانه بسته به استراتژی در مورد رهبری و هزینه به‌طور مثبت با عملکرد مرتبط بودند. ریسک پذیری و رقابت نیز با استراتژی‌های رهبری و هزینه ارتباط منفی داشتند. اسماعیل و همکاران (۱۹) در پژوهشی با عنوان قصد کارآفرینی، جهت‌گیری کارآفرینی دانشکده و دانشجویان به سمت تجاری‌سازی دریافتند که جهت‌گیری کارآفرینی دانشجویان نسبت به قصد کارآفرینی تأثیر بیشتری در تجاری‌سازی دارد. بر این مبنا، بین نوآوری، پیشگامی و ریسک‌پذیری با قصد تجاری‌سازی کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. این پژوهش نشان داد که، دانشجویان دارای ذهنیت کارآفرینی هستند و مؤسسات آموزشی نقش مهمی در رشد ذهن کارآفرینی در بین دانشجویان دارند و دانشجویان را به عنوان کارآفرین تشویق می‌کنند. کو (۲۲) به بررسی پژوهشی با عنوان رابطه بین جهت‌گیری کارآفرینی فردی و نیت کارآفرینی پرداخت. در این پژوهش سطح نیت کارآفرینی دانشجویان تعیین و تأثیر جهت‌گیری فردی کارآفرینی بر نیت کارآفرینی انجام سنجش شد. نتایج نشان داد که، نیت دانشجویان نسبت به کارآفرینی کاملاً مثبت بوده است. علاوه بر این، قصد کارآفرینی دانشجویان دانشگاه تحت تأثیر کیفیت پیشرو بودن، استقلال‌طلبی و نوآوری آن‌ها قرار گرفته است. با این حال، توانایی ریسک‌پذیری فاکتور تأثیرگذار در نیت کارآفرینی نبود. از لحاظ نظری، این پژوهش اهمیت جهت‌گیری کارآفرینی در سطح فردی را تأیید نمود. بر این مبنا فرضیه‌ی دیگر پژوهش آن است که استقلال‌طلبی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر نیت کارآفرینانه‌ی کارآفرینان دارد (H1). نجفی آووالو و عبدالسلام (۳۰) در پژوهشی نقش مدرن گرایش کارآفرینی بر رابطه مهارت‌های کارآفرینی، عوامل محیطی و نیت کارآفرینی را مورد بررسی قرار دادند. نتایج پژوهش آنها نشان داد، که مهارت کارآفرینی، عوامل محیطی و جهت‌گیری کارآفرینی تاثیر مثبتی بر نیت کارآفرینی دارند. بایدی (۵) با واکاوی تأثیر آموزش کارآفرینی، خودکارآمدی و نیاز به پیشرفت در نیت کارآفرینی دانشجویان در فوریه، ایاین سوراکارتا و اندونزی، و با جمع‌آوری داده‌های ۵۰۰ پرسشنامه نشان دادند که، آموزش کارآفرینی، خودکارآمدی و نیاز به پیشرفت رابطه مثبت و معنی‌داری با نیت کارآفرینی پاسخ‌دهندگان داشته است. همچنین تحلیل رگرسیون خطی چندگانه در این پژوهش نشان داد که، آموزش کارآفرینی، خودکارآمدی و نیاز به پیشرفت به‌طور همزمان ۶۲/۸ درصد از تغییرات نیت کارآفرینی را تبیین نموده است. لذا در مطالعه حاضر فرضیه دیگر مطرح (H4) آن است که نیاز به پیشرفت

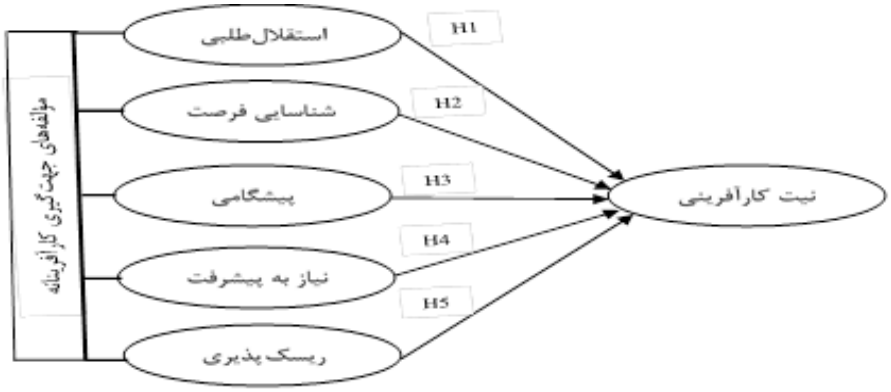
[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-10]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1400.8.16.10.9]
[DOI: 10.52547/jea.8.16.86]

(توفیق‌طلبی) تأثیر مثبت و معنی‌داری بر نیت کارآفرینانه‌ی کارآفرینان دارد.

شمس‌الدین و همکاران (۳۶) در یک پژوهش تجربی ارتباط بین جهت‌گیری کارآفرینی و نیت کارآفرینانه دانشجویان تحصیلات عالی در نیجریه را مورد بررسی قرار دادند. نتایج پژوهش نشان داد که، جهت‌گیری کارآفرینی دارای رابطه مستقیم و معنی‌دار با نیت کارآفرینی است.

به‌طورکلی می‌توان اظهار داشت که ضرورت و اهمیت پرداختن به موضوع جهت‌گیری کارافرینی و تأثیر آن بر روی نیت کارافرینی در واقع به‌دلیل پرداختن به جهت‌گیری کارآفرینانه در یک ساختار روان‌شناختی است که چگونگی تصمیم‌گیری افراد را درباره‌ی فعالیت‌های کارآفرینانه تحت تأثیر قرار خواهد داد. می‌توان چنین گفت، واژه‌ی جهت‌گیری یک مرحله از واژه‌ی نگرش جلوتر می‌رود که می‌تواند پیشگوی رفتار باشد. به‌ویژه هنگامی که مشاهده رفتار دشوار باشد یا با تغییرات زمانی و غیرقابل‌پیش‌بینی همراه باشد، از این‌رو مطالعه‌ی نیت کارآفرینانه‌ی کارآفرینان در بخش کشاورزی و عوامل مؤثر بر آن در جهت پیش‌بینی رفتار کارآفرینانه‌ی آن‌ها در آینده ضرورت دارد. در این راستا، همان‌طور که اشاره شد، ادبیات نظری و تجربی پژوهش بیانگر آن است که مؤلفه‌های جهت‌گیری کارآفرینانه به صورت مستقیم یا غیر مستقیم بر نیت کارآفرینانه‌ی افراد تأثیر می‌گذارند (فرضیه‌های ۱ تا ۵)، بنابراین با انجام پژوهش‌هایی در این زمینه می‌توان از این جهت‌گیری در جهت تقویت نیت کارآفرینانه افراد در بخش کشاورزی استفاده کرد.

در مدل مفهومی پژوهش حاضر (شکل ۱)، پنج متغیر نهفته (سازه): استقلال‌طلبی (H1)، شناسایی فرصت (H2)، پیشگامی (H3)، نیاز به پیشرفت (توفیق‌طلبی) (H4) و ریسک‌پذیری (H5) به عنوان متغیرهای نهفته برون‌زا برای پیش‌بینی نیت کارآفرینانه کارآفرینان (متغیر نهفته درون‌زا) به کار برده شده است.



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش
Figure 1. Conceptual model of research

مواد و روش‌ها

این تحقیق از نظر ماهیت از نوع تحقیقات کمی، با توجه به هدف از نوع تحقیقات کاربردی و از لحاظ گردآوری داده‌ها جزء تحقیقات توصیفی ـ همبستگی است که از بین روش‌های توصیفی از روش تحلیل کواریانس استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش، کارآفرینان بخش کشاورزی شهرستان مرودشت و شامل ۱۵۰ نفر بود که از طرف اداره جهاد کشاورزی استان فارس معرفی شدند و با استفاده از روش تمام شـــماری، همه آن‌ها به‌عنوان نمونه مورد مطالعه انتخاب شدند. در این راستا، با استناد به مطالعه گلرد (۱۲)، افرادی به عنوان کارآفرین در نظر گرفته شدند که با قبول خطرات مالی و مسؤلیت‌های اجتماعی، اخلاقی و روانی، کسب و کاری را ایجاد کرده و در تلاش هستند با خلاقیت و نوآوری، محصول کشاورزی را در روستا تولید کرده و از این طریق، ضمن کسب درآمد، در بازار بر رقبا غلبه نمایند. ابزار اصلی پژوهش برای جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات پرسشنامه‌ای متشکل از سه بخش بود. بخش اول شامل ویژگی‌های فردی کارآفرینان و بخش دوم مقیاسی برای سنجش ابعاد مختلف جهت‌گیری کارآفرینانه بود. در این بخش ابعاد مختلف جهت‌گیری کارآفرینانه شامل متغیرهای استقلال‌طلبی (۳ گویه)، شناسایی فرصت (۳ گویه)، پیشگامی (۳ گویه)، نیاز به پیشرفت (توفیق طلبی) (۳ گویه) و ریسک‌پذیری (۳ گویه) با گویه‌های طیف لیکرتی (۱ـ خیلی کم تا ۵ـ خیلی زیاد) سنجش شد (جدول ۱). بخش سوم پرسشنامه به سنجش نیت کارآفرینانه‌ی کارآفرینان اختصاص داشت. در این بخش، برای سنجش نیت کارآفرینانه‌ی کارآفرینان ۴ گویه در قالب طیف ۵ درجه‌ای لیکرت (۱ـ خیلی کم تا ۵ـ خیلی زیاد) تدوین شد (جدول ۱). روش‌های آماری مورد استفاده در این پژوهش تحلیل همبستگی با استفاده از نرم‌افزار $SPSS_{ver24}$ و مدل‌سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار $AMOS_{24}$ بود.

مدل‌سازی معادلات ساختاری روشی است که برای نشان دادن، تخمین و آزمون فرضیه‌های پژوهش درباره روایی بین متغیرهای مشاهده شده و نهفته به‌کار می‌رود (۳،۷) این روش شامل دو مرحله، یعنی مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری می‌باشد (۳). در مرحله اول، یعنی مدل اندازه‌گیری به بررسی روایی (اعتبار) و پایایی (اعتماد) متغیرهای نهفته تحقیق با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی[1] پرداخته شد. در این مرحله از مقدار تی[2] و روایی سازه[3] برای بررسی روایی و از پایایی ترکیبی[4] و همچنین ضریب آلفای کرونباخ برای بررسی پایایی ابزارهای اندازه‌گیری استفاده شد. چنانچه مقدار T-Values

1- Conformity Factor Analysis (CFA) 2- Values 3- Average Variance Extracted (AVE)
4- Composit Relability (CR)

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-10]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1400.8.16.10.9]
[DOI: 10.52547/jea.8.16.86]

در سطح ۱ یا ۵ درصد معنی‌دار باشد، مقدار AVE بالاتر از ۰/۵، مقدار CR بالاتر از ۰/۶ و ضریب آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۷ باشد، روایی و پایایی ابزارهای تحقیق مناسب و مورد قبول است. در مرحله دوم، با استفاده از مدل ساختاری به ارزیابی فرضیه‌ها درمورد روابط بین متغیرهای نهفته پژوهش (سازه‌ها) پرداخته شد. برای ارزیابی برازندگی مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری چندین شاخص برازندگی وجود دارد. در پژوهش حاضر با استناد به پیشنهادهای بام‌گارتنر و هومبورگ (۷) و شوک و همکاران (۳۷) از شاخص کای اسکوئر بر درجه آزادی[1]، شاخص هنجار شده‌ی برازندگی[2]، شاخص برازندگی فزاینده[3]، شاخص هنجارنشده‌ی برازندگی[4]، شاخص برازندگی تطبیقی[5] و ریشه میانگین مجذور خطای تخریب[6] برای ارزیابی برازندگی مدل اندازه‌گیری و ساختاری پژوهش استفاده شد. در حال حاضر، آستانه (معیار) دقیقی برای این شاخص‌ها وجود ندارد اما دستورالعمل کلی زیر در ادبیات مطرح شد. اگر مقدار شاخص کای اسکور بر درجه آزادی (X^2/df) کوچکتر از ۳، مقدار شاخص‌های برازندگی (GFI)، هنجارشده‌ی برازندگی (NFI)، برازندگی فزاینده (IFI)، هنجارنشده‌ی برازندگی (TLI)، برازندگی تطبیقی (CFI) بالاتر از ۰/۹۰، مقدار ریشه میانگین مجذور خطای تخریب (RMSEA) کمتر از ۰/۱ باشد، برازش مدل مناسب و مورد قبول است (۷،۴،۳۷).

جدول ۱- متغیر و گویه‌های مورد مطالعه

Table 1. Variables and items studied

متغیر	گویه‌ها
استقلال‌طلبی	آزادی کارکنان شما برای بروز ایده‌های جدید (گویه ۱)، آزادی کارکنان شما برای تصمیم‌گیری (گویه ۲)، مشارکت کارکنان شما در برنامه‌ریزی کسب و کارتان (گویه ۳)
شناسایی فرصت	هوشیار و گوش به زنگ بودن در مقابل فرصت‌ها (گویه ۱)، لذت‌بردن از فکرکردن و یا دنبالکردن فرصت‌های کسب و کار جدید (گویه ۲)، شناسایی فرصت‌های بالقوه در جاهایی که تجربه ندارید (گویه ۳)
پیشگامی	پیشرو در معرفی تکنولوژی‌های جدید در کسب و کارتان (گویه ۱)، پیشرو در ارائه محصول یا خدمات جدید (گویه ۲)، دنبال‌کردن کسب و کار شما از استراتژی رهبری در بازار (گویه ۳)
نیاز به پیشرفت	تلاش برای موفقیت در کسب و کارتان (گویه ۱)، استخدام کارکنان با مهارت بالا در هر بخش از کسب و کارتان (گویه ۲)، پذیرش شرایط بسیار رقابتی در کسب و کارتان (گویه ۳)
ریسک‌پذیری	سرمایه‌گذاری برای پروژه‌های با هزینه بالا (گویه ۱)، انجامدادن اعمال جسورانه به‌منظور دستیابی به اهداف در کسب و کارتان (گویه ۲)، اعتقاد به شعار "احتیاط شرط عقل است" (گویه ۳)
نیت کارآفرینی	ترجیح به کارآفرین‌بودن تا یک کارمند عادی در یک شرکت یا اداره بودن (گویه ۱)، توجه ویژه به تحقیق و توسعه در کسب و کارتان (گویه ۲)، شرکت در دوره‌ها و کلاس‌های آموزشی برای دنبال‌کردن آینده شغلی خود (گویه ۳)، مصمم به سرمایه‌گذاری تجاری در زمینه کسب و کار خود در آینده (گویه ۴)

منبع: (۲۲،۱۹،۱۱،۸)

نتایج و بحث

یافته‌های توصیفی پژوهش نشان داد که میانگین سنی کارآفرینان در حدود ۳۹/۳۱ سال (با انحراف معیار ۷/۱۲ سال) بود. ۱۱۷ نفر (۷۸ درصد) از افراد مورد مطالعه مرد و ۳۳ نفر (۲۲ درصد) زن بودند. ۱۲ نفر (۸ درصد) از کارآفرینان مورد مطالعه مجرّد و مابقی (۹۲ درصد) متأهل بودند. بر اساس اطلاعات به‌دست‌آمده در خصوص میزان تحصیلات پاسخگویان، تعداد ۱۲ نفر (۸ درصد) در سطح ابتدایی، ۱۰۵ نفر (۷۰ درصد) دیپلم، ۲۷ نفر (۱۸ درصد) لیسانس و ۶ نفر (۴ درصد) بالاتر از لیسانس بودند. همچنین، میانگین اعضای خانواده ۵/۴ نفر بودند. آمار به‌دست‌آمده در زمینه فعالیت کارآفرینان نشان داد که ۲۵ نفر (۱۶/۷ درصد) در زمینه صندوق اعتبارات خرد روستایی، ۴۲ نفر (۲۸ درصد) در زمینه گیاهان دارویی و زراعی، ۴۷ نفر (۳۱/۳ درصد) در زمینه محصولات گلخانه‌ای، ۳۰ نفر (۲۰ درصد) در زمینه دامپروری و ۶ نفر (۴ درصد) در زمینه صنایع غذایی مشغول به فعالیت هستند. افزون بر این، میانگین درآمد کارآفرینان به صورت ماهانه ۴۴۲۰۰۰۰۰ ریال بود.

به‌منظور بررسی همبستگی بین ابعاد مختلف جهت‌گیری کارآفرینانه یعنی استقلال‌طلبی، شناسایی فرصت، پیشگامی، نیاز به پیشرفت (توفیق‌طلبی) و ریسک‌پذیری با قصد (نیت) کارآفرینی کارآفرینان مورد مطالعه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. (جدول ۲). یافته‌ها حاکی از وجود رابطه مثبت و معنی‌دار مؤلفه‌های استقلال‌طلبی، نیاز به پیشرفت (توفیق‌طلبی) و ریسک‌پذیری با نیت کارآفرینی کارآفرینان مورد مطالعه است که از این میان بزرگی رابطه بین سازه‌ی نیاز به پیشرفت (توفیق‌طلبی) و نیت کارآفرینی بیشترین (r=۰/۳۱) و بین سازه‌ی ریسک‌پذیری و نیت کارآفرینی کمترین (r=۰/۲۰) است و این بدان معنی است که، با افزایش هریک از مؤلفه‌های جهت‌گیری کارآفرینانه (استقلال‌طلبی، نیاز به پیشرفت (توفیق‌طلبی) و ریسک‌پذیری) نیت کارآفرینی کارآفرینان افزایش می‌یابد و این رابطه‌ای مثبت و معنی‌دار است که با نتایج مطالعه رستمی فلوردی و همکاران (۳۴)، بولتن و لانه (۸)، فیلسر و اگرز (۱۱) و اسماعیل و همکاران (۱۹) هم‌خوانی و مطابقت دارد.

1- Chi-Square (X2/df)
2- Normed Fit Index (NFI)
3- Incremental Fit Index (IFI)
4- Tucker-Lewis Index (TLI)
5- Comparative Fit Index (CFI)
6- Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-10]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1400.8.16.10.9]
[DOI: 10.52547/jea.8.16.86]

جدول ۲- ماتریس همبستگی بین مؤلفه‌های ۵گانه جهت‌گیری کارآفرینانه و نیت کارآفرینی

Table 2. Correlation matrix between the 5 components of entrepreneurial orientation and entrepreneurial intention

متغیر	میانگین	انحراف معیار	۱	۲	۳	۴	۵	۶
استقلال‌طلبی	۴/۴۲	۰/۵۶	۱	۰/۲۰*	-۰/۶۷	۰/۱۷*	۰/۰۴۱	۰/۲۲**
شناسایی فرصت	۴/۱۹	۰/۷۳	۰/۲۰*	۱	۰/۰۰۵	۰/۲۷**	۰/۱۴	۰/۱۲
پیشگامی	۴/۲۰	۰/۷۲	-۰/۶۷	۰/۰۰۵	۱	۰/۱۴	۰/۱۸*	۰/۰۳۴
توفیق‌طلبی	۴/۲۹	۰/۶۴	۰/۱۷*	۰/۲۷**	۰/۱۴	۱	۰/۲۴**	۰/۳۱**
ریسک‌پذیری	۴/۴۰	۰/۵۵	۰/۰۴۱	۰/۱۴	۰/۱۸*	۰/۲۴**	۱	۰/۲۰*
قصد کارآفرینی	۴/۲۷	۰/۵۶	۰/۲۲**	۰/۱۲	۰/۰۳۴	۰/۳۱**	۰/۲۰*	۱

**: معنی‌داری در سطح ۱ درصد *: معنی‌داری در سطح ۵ درصد

در پژوهش حاضر به‌منظور ارزیابی برازش الگوی مورد مطالعه از آزمون تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. در الگوی مورد مطالعه بارهای عاملی استانداردشده و بارهای معنی‌داری به همراه شاخص‌های برازندگی و شاخص‌های روایی و پایایی متغیرهای نهفته (سازه‌ها) در جدول ۳ نشان داده شد. حداقل قابل‌قبول هر شاخص ذیل جدول ۳ درج شد. یافته‌ها نشان داد الگوی مورد مطالعه از برازش مناسبی برخوردار بوده و این بیانگر همسوبودن نشانگرها با سازه‌های نظری پژوهش است.

با توجه به نتایج ارائه‌شده در جدول مشاهده شد که مقدار T-Values تمامی ضرایب مسیر بین نشانگرها و متغیرهای نهفته پژوهش بالاتر از ۱/۹۶ بود و مقادیر شاخص‌های CR و AVE برای تمام متغیرهای مورد مطالعه از مقادیر مناسبی برخوردارند. بنابراین، می‌توان اظهار کرد که تمامی نشانگرهای انتخابی برای سنجش متغیرهای نهفته (سازه‌ها) پژوهش به درستی انتخاب شدند و روایی و پایایی آن‌ها نیز مورد تأیید است.

جدول ۳- خلاصه اطلاعات مدل‌های اندازه‌گیری متغیرهای نهفته پژوهش

Table 3. Summary of information of measurement models of latent research variables

متغیرهای نهفته	نشانگر	نوع متغیر	ضریب استانداردشده	T-Values	α	CR †	AVE††
استقلال‌طلبی	استقلال‌طلبی ۱	مستقل	۰/۹۵	-†	۰/۹۱	۰/۹۱	۰/۷۷
	استقلال‌طلبی ۲		۰/۸۹	۱۶/۴۴**			
	استقلال‌طلبی ۳		۰/۸۰	۱۳/۵۷**			
شناسایی فرصت	شناسایی فرصت ۱	مستقل	۰/۹۳	۱۸/۶۴**	۰/۹۰	۰/۹۳	۰/۸۳
	شناسایی فرصت ۲		۰/۹۱	۱۷/۸۶**			
	شناسایی فرصت ۳		۰/۹۰	-†			
پیشگامی	پیشگامی ۱	مستقل	۰/۹۳	۱۹/۸۳**	۰/۸۹	۰/۹۴	۰/۸۵
	پیشگامی ۲		۰/۹۵	۲۱/۰۲**			
	پیشگامی ۳		۰/۹۰	-†			
نیاز به پیشرفت	نیاز به پیشرفت ۱	مستقل	۰/۸۹	۱۵/۹۱**	۰/۹۲	۰/۹۵	۰/۸۰
	نیاز به پیشرفت ۲		۰/۹۲	۱۶/۸۶**			
	نیاز به پیشرفت ۳		۰/۸۹	-†			
ریسک‌پذیری	ریسک‌پذیری ۱	مستقل	۰/۷۷	۶/۹۷**	۰/۷۷	۰/۷۷	۰/۵۳
	ریسک‌پذیری ۲		۰/۷۱	۶/۹۵**			
	ریسک‌پذیری ۳		۰/۷۱	-†			
قصد (نیت) کارآفرینی	قصد کارآفرینی ۱	وابسته	۰/۶۶	-†	۰/۸۸	۰/۸۹	۰/۶۸
	قصد کارآفرینی ۲		۰/۸۶	۷/۹۳**			
	قصد کارآفرینی ۳		۰/۸۸	۷/۴۵**			
	قصد کارآفرینی ۴		۰/۸۹	۸/۹۸**			

$\chi 2/df$ = 1/60, NFI= 0/89, IFI=0.95, TLI=0.95, CFI=0.95, RMSEA=0/06

† **C**omposit **R**elability = $(\Sigma\lambda)^2 / (\Sigma\lambda)^2 + (\Sigma\delta)$. †† **A**verage **V**ariance **E**xtracted = $\Sigma\lambda^2 / \Sigma\lambda 2 + \Sigma\delta$

†- این مسیرها به‌عنوان متغیر مرجع ثابت فرض شدند

پس از تأیید روایی (اعتبار)، پایایی (اعتماد) و برازش الگو از طریق تحلیل عاملی تاییدی (CFA)، به‌منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش از روش مدل معادلات ساختاری در قالب تحلیل مسیر استفاده شد. مدل ساختاری روابط بین متغیرهای نهفته پژوهش با نمایش بارهای عاملی استانداردشده در شکل ۲ و شاخص‌های برازندگی در جدول ۴ نشان داده شد. علاوه بر این، مشاهده شد وابسته‌کردن خطاهای ۱ و ۳، ۱ و ۴ و همچنین ۱۱ و ۱۴ برای رسیدن به برازش کامل مدل بوده که توسط نرم‌افزار پیشنهاد شد و این مدل اشباع شده و نهایی تحقیق است.

در این مرحله به آزمون فرضیه‌های تحقیق پرداخته شد. همان‌گونه که در جدول ۴ ملاحظه شد، مقادیر GFI، IFI، TLI، CFI و NFI بالاتر از ۰/۹ و مقدار RMSEA کمتر از ۰/۱ برآورد شد. از سوی دیگر، نتیجه تحلیل نشان داد که مقدار کای اسکور بر درجه آزادی به‌دست‌آمده در مدل ۱/۴ بوده (x^2/df =۱/۴) که پایین‌تر از ۳ بودن آن نشان‌دهنده‌ی براندگی بالای مدل است. لذا، همه‌ی شاخص‌های برازش کلّی مدل در سطح و محدوده‌ی شایان پذیرش قرار دارند. به عبارت دیگر، کلیه‌ی مقادیر شاخص‌های برازش نشانگر سازگاری مناسب بود و الگوی پیشنهادی با داده‌های گردآوری‌شده برازش داشت.

نتایج ارائه شده در جدول ۵ نشان‌دهنده‌ی این است که ضریب مسیر استاندارد شده بین شناسایی فرصت و نیت کارآفرینی ۰/۰۱ است که خیلی ضعیف و از لحاظ آماری معنی‌دار نیست (γ=/۰۱ ، p=۰/۲۰۶) که با مطالعه رستمی فلوردی و همکاران (۳۰) ناهمخوان و غیرهمسو است. این

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.25383426.1400.8.16.10.9]

[DOI: 10.52547/jea.8.16.86]

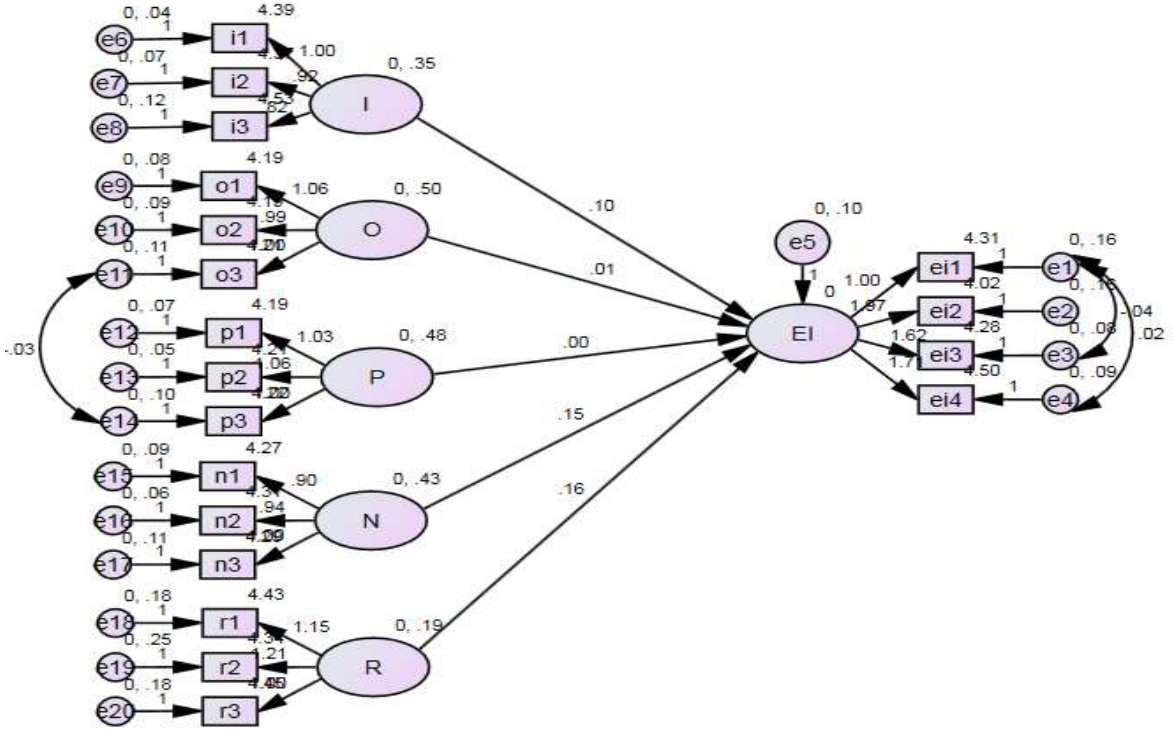
یافته نشان داد که شناسایی فرصت‌ها اثر معنی‌داری بر نیت کارآفرینی ندارد و فرضیه دوم (H2) پژوهش مورد تأیید قرار نگرفت. در تحلیل این یافته می‌توان بیان نمود که دو بعد دانش و تجربه که بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه کشاورزی تأثیرگذار است، در کارآفرینان مورد مطالعه بسیار ضعیف بود. به بیانی دیگر، کارآفرینان دانش کشاورزی را به صورت رسمی یا غیر رسمی کسب نکردند و بنابراین قادر به شناسایی فرصت‌های کارآفرینی موجود در این بخش نیستند.

همچنین تجارب کارآفرینان مورد مطالعه (چه به‌صورت فردی و چه نشأت‌گرفته از پیشینه خانوادگی آنان) که سهم به‌سزایی در شناسایی توانمندی‌ها و فرصت‌های بخش کشاورزی دارد، بسیار پایین بود. از طرفی، امروزه این باور به وجود آمده که راه‌اندازی یک کسب‌وکار کارآفرینانه‌ی موفق مستلزم وجود بستر اجتماعی مناسب است.

جدول ۴- وضعیت شاخص‌های برازش مدل

Table 4. Status of model fit indicators

ردیف	شاخص	نام معادل	برازش قابل قبول	مدل حاضر	نتیجه
۱	x^2/df	کای اسکور بر درجه آزادی	کوچکتر از ۳	۱/۴	تأیید
۲	NFI	شاخص هنجارشده‌ی برازندگی	بزرگتر از ۰/۹	۰/۹۰	تأیید
۳	IFI	شاخص برازندگی فزاینده	بزرگتر از ۰/۹	۰/۹۶	تأیید
۴	TLI	شاخص هنجارنشده‌ی برازندگی	بزرگتر از ۰/۹	۰/۹۶	تأیید
۵	CFI	شاخص برازندگی تطبیقی	بزرگتر از ۰/۹	۰/۹۶	تأیید
۶	RMSEA	ریشه میانگین مجذور خطای تخریب	کوچکتر از ۰/۱	۰/۰۵	تأیید



شکل ۲- بارهای عاملی در حالت استاندارد

Figure 2. Factor loads in standard mode

ادراک فرد از محیط اطراف تا حد زیادی به‌میزان تعاملات او با جامعه بستگی دارد. به بیانی دیگر، ارتباط با سازمان‌ها و افراد مختلف موجب شکل‌گیری دامنه‌ی وسیعی از اطلاعات می‌شود که در کارآفرینان مورد مطالعه، بر مبنای نهادینه‌نشدن ارتباطات سازنده با کنشگران مطلع، اطلاعات بسترساز برای شناسایی فرصت‌های بدیع کسب و کار به‌قدر کفایت شکل نگرفته و همین امر باعث شده که شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه نقش بارزی در نیت کارآفرینانه نداشته باشد. بنابراین، چنین به‌نظر می‌رسد که با وجود قابلیت‌ها و توانمندی‌های بی‌شماری که در بخش کشاورزی این شهرستان وجود دارد، ناتوانی افراد در تشخیص این فرصت‌ها، یکی از دلایل کاهش اشتغال مولد در بخش کشاورزی بود.

همچنین ضریب مسیر برای متغیرهای پیشگامی و نیت کارآفرینی (γ=۰ ، p=-۰/۱۰) معنی‌دار نشد و پیشگامی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر نیت کارآفرینی کارآفرینان مورد مطالعه ندارد. بنابراین، فرضیه سوم (H3) پژوهش در این تحقیق مورد تأیید قرار نگرفت که با مطالعه فیلسر و اگرز (۱۰) همخوانی و مطابقت دارد و با مطالعات اسماعیل و همکاران (۱۹) و کو (۲۲) ناهمخوان و غیرهمسو است. در تحلیل این یافته همان‌طور که شمس‌الدین و همکاران (۳۶) بیان نمودند،

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-10]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1400.8.16.10.9]
[DOI: 10.52547/jea.8.16.86]

پیش‌قدم‌شدن به‌وسیله پیش‌بینی و پیگیری فرصت‌های کسب‌وکار جدید و همچنین به‌وسیله پیش‌بینی بازارهای جدید شکل می‌گیرد. بدیهی است بخشی از این امر ریشه در ضعف کارآفرینان مورد مطالعه در شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه داشته، بخشی دیگر نیز ناشی از محافظه‌کاری برای گرایش به تکنولوژی‌های جدید در کسب و کار و دنبال استراتژی رهبری در بازار است.

علاوه بر این، نتایج بیانگر این است که ضرایب مسیر استانداردشده بین استقلال‌طلبی و نیت کارآفرینی (γ=۰/۱۰، p=۱/۹۹) در سطح ۵ درصد، نیاز به پیشرفت و نیت کارآفرینی (γ=۰/۱۵، p=۳/۳۲) در سطح یک درصد و در نهایت ریسک‌پذیری و نیت کارآفرینی (γ=۰/۱۶، p=۲/۱۵) در سطح ۵ درصد معنی‌دار شد و بنابراین فرضیه‌های اول، چهارم و پنجم پژوهش در این تحقیق مورد تأیید قرار گرفت. این نتایج با مطالعات رستمی فلوردی و همکاران (۳۴)، مخت و همکاران (۲۷)، تاتیلا و دوون (۳۸)، لچنر و گادمونسون (۲۳)، فیلسر و اگرز (۱۱) و بایدی (۵) همخوان و مطابق است. در این خصوص می‌توان نتیجه گرفت که وجود این مؤلفه‌های جهت‌گیری کارآفرینی در کارآفرینان مورد مطالعه اثر معنی‌داری بر نیت کارآفرینی کشاورزی دارد. این یافته نشان داد با افزایش استقلال‌طلبی، نیاز به پیشرفت و ریسک‌پذیری، میزان نیت کارآفرینانه افزایش می‌یابد. به‌عبارتی، کارآفرینان با انجام کسب‌وکارهای خطرپذیر محصولات جدیدی را به مشتریان و بازار ارائه می‌دهند. بیشتر کارآفرینان در منطقه مورد مطالعه، ساعات زیادی را در طول روز کار می‌کنند، اما رضایت آنان از آنجا حاصل می‌شود که با وجود محدودیت‌های اقتصادی و محیطی، خود تصمیم می‌گیرند و کارها را به‌شیوه و طبق برنامه خود انجام می‌دهند. لذا، استقلال‌طلبی به‌عنوان یک نیروی انگیزشی مهم برای کارآفرینان عمل نموده و در واقع، نیاز به استقلال، عاملی است که سبب می‌شود تا کارآفرینان به اهداف و رویاهای خود دست یابند. علاوه بر این، در میان این سازه‌ها، نیاز به پیشرفت دارای بالاترین ارتباط با نیت کارآفرینانه بود و کارآفرینان تمرکز، احساسات و تمایل شدیدی برای کسب موفقیت در این فعالیت‌ها دارند. مقدار ضریب تبیین (R^2) نیت کارآفرینانه نیز ۰/۱۵ بود. بدین معنی که ۱۵ درصد از تغییرات واریانس نیت کارآفرینانه‌ی کارآفرینان کشاورزی مورد مطالعه از طریق مؤلفه‌های جهت‌گیری کارآفرینانه آن‌ها تبیین شد.

جدول ۵- ضرائب مسیر و معنی‌داری آن‌ها

Table 5. Path coefficients and their significance

متغیرهای برون‌زا		متغیر درون‌زا	ضریب استاندارد	خطای استاندارد	T-Values	آزمون فرضیه‌ها	R^2
جهت‌گیری کارآفرینانه	استقلال‌طلبی	قصد (نیت) کارآفرینی	۰/۱۰	۰/۰۴۸	۱/۹۹*	تأیید	
	شناسایی فرصت		۰/۰۱	۰/۰۳۹	۰/۲۰۶	رد	
	پیشگامی		۰۰	۰/۰۴۰	-۰/۱۰	رد	
	نیاز به پیشرفت		۰/۱۵	۰/۰۴۶	۳/۳۲**	تأیید	۰/۱۵
	ریسک‌پذیری		۰/۱۶	۰/۰۷۳	۲/۱۵*	تأیید	

**: معنی‌داری در سطح ۱ درصد *: معنی‌داری در سطح ۵ درصد

نتیجه‌گیری کلی

کارآفرینی برای آموزش کشاورزی و آینده صنعت کشاورزی بسیار شایان اهمیت می‌باشد. در این میان بسیاری از کارآفرینان موفق، موفقیت خود را به جهت‌گیری کارآفرینانه نسبت می‌دهند، که یک رویکرد تصمیم‌گیری است که بر مبنای مهارت‌ها و قابلیت‌های کارآفرینی ترسیم می‌گردد. جهت‌گیری کارآفرینانه افراد را در حالت هشدار نگه می‌دارد و با افشای فنآوری‌های جدید، آن‌ها را از روند بازار آگاه می‌کند، و به آن‌ها در ارزیابی امکانات جدید کمک می‌کند. در نتیجه، افرادی که جهت‌گیری کارآفرینانه‌ی قوی از خود نشان می‌دهند، به‌طور کلی عملکرد بهتری دارند. به‌عبارتی دیگر، جهت‌گیری کارآفرینانه سازه‌ای است به منظور سنجش اینکه تا چه میزان وضعیت و موقعیت یک فرد با ویژگی‌های کارآفرینانه یا محافظه‌کارانه مشخص می‌گردد. به این ترتیب این مفهوم، یک سازه روانشناختی است که تمایلات و نیات کارآفرینان را به‌سمت وظایف و رفتارهای کارآفرینانه نشان می‌دهد. افراد دارای جهت‌گیری کارآفرینانه سطوح بالایی از رفتارهای خلاقانه، اثرگذار و خطرپذیر را از خود بروز می‌دهند. آن‌ها افرادی هستند که این توانایی را دارند تا محیط نامطمئن را به‌نفع خودشان تغییر دهند. از این رو، هدف اصلی این پژوهش، تأثیر مؤلفه‌های جهت‌گیری کارآفرینانه بر نیت کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی شهرستان مرودشت بود. نتایج تحلیل عاملی تأییدی مدل اندازه‌گیری متغیرهای نهفته پژوهش، یعنی مؤلفه‌های جهت‌گیری کارآفرینانه از جمله استقلال‌طلبی، شناسایی فرصت، پیشگامی، نیاز به پیشرفت (توفیق‌طلبی) و ریسک‌پذیری و همچنین نیت کارآفرینی نشان داد که سازه‌ها (متغیرهای نهفته) انتخابی در پژوهش به‌درستی انتخاب شد و بر طبق شاخص‌های برازش از روایی و پایایی مناسبی برخوردار بود. نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان داد که، مؤلفه‌های شناسایی فرصت و پیشگامی کارآفرینان مورد مطالعه تأثیر مثبت و معنی‌داری بر نیت کارآفرینی آن‌ها ندارد. اما از طرف دیگر، مؤلفه‌های دیگر جهت‌گیری کارآفرینانه مانند استقلال‌طلبی، نیاز به پیشرفت (توفیق‌طلبی) و ریسک‌پذیری از تعیین‌کننده‌های نیت کارآفرینانه هستند که در مجموع ۱۵ درصد از تغییرات واریانس نیت کارآفرینی در کارآفرینان مورد مطالعه را تبیین می‌کند. بر این اساس می‌توان گفت کارآفرینانی که استقلال‌طلبی، نیاز به پیشرفت (توفیق‌طلبی) و ریسک‌پذیری بیشتری داشته باشند، نیت کارآفرینانه‌ی آن‌ها قوی‌تر خواهد بود. با توجه به اینکه مؤلفه‌های جهت‌گیری کارآفرینانه پیشگوکننده‌ی نیت کارآفرینی در کارآفرینان بخش کشاورزی بود، پیشنهاد می‌شود که برنامه‌های آموزش کارآفرینی مناسب در این بخش، برای تقویت نیت و رفتار کارآفرینی لحاظ شود. برای این منظور، می‌توان از معرفی طرح‌های کارآفرینی

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-10]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1400.8.16.10.9]
[DOI: 10.52547/jea.8.16.86]

موفق، نشست با کارآفرینان نمونه و بازدید از کسب و کارهای موفق استفاده کرد.

برای تقویت و رشد گرایش کارآفرینانه، طراحی پروژه‌های مخاطره‌آمیز و حمایت مالی از این پروژه‌ها، برگزاری کارگاه‌های آموزشی مهارت‌های ایده‌پردازی، سرمایه‌گذاری بر روی پژوهش‌های بازار و بازاریابی، سرمایه‌گذاری بر روی تحقیق و توسعه برای خلق ایده‌های جدید و تشخیص فرصت و ایجاد هسته‌های تصمیم‌گیری به‌منظور مشارکت کشاورزان در فعالیت‌های کارآفرینانه پیشنهاد می‌گردد.

یکی دیگر از پیشنهادهای مهم، تأسیس شرکت‌های استارت آپ در حیطه‌ی بازاریابی محصولات کشاورزی است چرا که معرفی و تبلیغات محصولات کشاورزی کارآفرینان در سطح ملی و سطوح بالاتر می‌تواند در انگیزه، عملکرد و جهت‌گیری کارآفرینانه آن‌ها نقش بسیار مهمی داشته باشد.

در نهایت، با توجه به رشد جمعیت و نیاز روزافزون به مواد غذایی و همچنین محدویت‌ها و مشکلات محیطزیستی و کمبود آب و زمین زراعی، کشاورزی باید در آینده بیش از پیش مولد و بهره‌ور باشد و کارآفرینی راهی به سوی امنیت غذایی آینده باشد، لذا پیشنهاد می‌شود که مطالعه‌ای مشابه در سطح وسیع‌تر انجام شده و زمینه کشف سایر عوامل مؤثر بر نیت و رفتار کارآفرینی کارآفرینان و در نتیجه موفقیت آن‌ها صورت گیرد.

منابع

1. Aghajani, H., M. Abasgholipour, and R. Gholami. 2012. Explanation of entrepreneur's psychological specifcations role on independent entrepreneurship process. (Case study: enrepreneurs in mazandaran province). 10TH International Entrepreneurship forum (IEF), creating social economic, cultural and personal value 9-11 January 2011, Tamkeen, Bahrain.
2. Alimirzaei, E., A. Asadi and M. Tahmasebi. 2011. Barriers to the development of small and medium enterprises of rural entrepreneurs in Khuzestan province (Case study: date complementary industries). Journal of Entrepeneurship Development, 3(12): 165-184 (In Persian).
3. Anderson, J.C., and D.W. Gerbing. 1988. Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. Psychological Bulletin, 103, 411-423.
4. Arbruckle, J.L. 2011. AMOS 6 User's Guide, Translated by Zarafshani, K. and M. Keshavarz, Razi University Press, Kermanshah (In Persian).
5. Baidi, S. 2018. Effect of entrepreneurship education, self efficacy and need for achievement toward Student's entrepreneurship intention: Case study in Febi, Iain Surakarta, Indonesia. Journal of Entrepreneurship Education, 2(21): 1-16.
6. Bashir Khodaparasti, R. and H. Bagheri GaraBollagh. 2021. Investigating the role of brand orientation and entrepreneurship orientation on brand performance in green food producers. Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture, 7(14): 11-20 (In Persian).
7. Baumgartner, H. and C. Homburg. 1995. Applications of structural equation modelling in marketing research: A review. International Journal of Research in Marketing, 13: 139-161.
8. Bolton, D.L. and M.D. Lane. 2012. Individual entrepreneurial orientation: development of a measurement instrument. Education Training, 54(2-3): 1-11.
9. Dias, C., R. Gouveia Rodrigues and J. Ferreira. 2019. Agricultural entrepreneurship: Going back to the basics. Journal of Rural Studies, 70: 125-138.
10. Fazel beigi, M.M. and Gh. Yavari. 2009. The role of rural cooperatives in entrepreneurship development. Co - operation and Agriculture (Taavon), 20(204,205): 41-62 (In Persian).
11. Filser, M. and F. Eggers. 2014. Entrepreneurial orientation and firm performance: A comparative study of Austria, Liechtenstein and Switzerland. South African Journal of Business Management, 45(1): 55-65.
12. Gelard, P. 2005. Factors affecting Iranian women entrepreneurship. Woman in Development and Politics (Women's Research), 3(1): 101-123 (In Persian).
13. Gholami, S., and M. Birjandi. 2016. The effect of market orientation and entrepreneurial orientation on the performance of SMEs. Journal of Current Research in Science, 11(1): 361-369.
14. Grace, E., and I. Ihuoma. 2013. Relationship between counselling and entrepreneurship development skill of Nigerian final year undergraduates. Procedia- Social Behavioral Sciences, 84(3): 120- 127.
15. Hair, J.F., A.E. Anderson, R.L. Tatham and W.C. Black. 1992. Maltivariate data analisis with readings. 3th edn. Macmillan Publishing Company, New York, USA. 757 pp.
16. Heaton, J. 2005. Developing entrepreneurs: An examination of systematic approaches to entrepreneurial development for rural areas, Illinois Institute for Rural Affairs, Rural Research Report.
17. Hisrich- Robert, D., M. P. Peters, and D. A. Shepherd. 2005. Entrepreneurship, 6th edition: New York, McGraw-Hill.
18. Hosseini, M. and F. Eskandari. 2013. Investigating entrepreneurial orientation and firm performance in the Iranian agricultural context. Journal of Agricultural Science and Technology, 15: 203-214.
19. Ismail, K., M. Ahmad Anuar, W.Z. WanOmar, Kh. Seohod, and Ch. Sh. Akhtar. 2015. Entrepreneurial intention, entrepreneurial orientation of faculty and students towards commercialization. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 181: 349-355.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-10]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1400.8.16.10.9]
[DOI: 10.52547/jea.8.16.86]

20. Karami, O., M. Fatemi, K. Rezaei-Moghaddam and F. Badzaban. 2021. Comparison of marketing activities among the rural women of omid entrepreneurship fund and agricultural development specialized holding companies in Fars province. Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture, 7(14): 57-66 (In Persian).
21. Karimi, S., M. Chizari, H.J. Biemans and M. Mulder. 2012. Entrepreneurship education in Iranian higher education: The current state and challenges. European Journal of Scientifc Research, 48(1): 35-50.
22. Koe, W.L. 2016. The relationship between individual entrepreneurial orientation (IEO) and entrepreneurial intention. Journal of Global Entrepreneurship Research, 6(13): 1-11.
23. Lechner, C., and S. V. Gudmundsson. 2014. Entrepreneurial orientation, firm strategy and small firm performance. International Small Business Journal, 32(1): 36-60.
24. Maleksaeidi-Ghaseredashti, H., A. Bakhshi Jahromi and M. Forozani. 2013. Factors affecting need achievement of rural women entrepreneurs: The case of Marvdasht County. Iranian Agricultural Extension and Education Journal, 9(1): 141-152 (In Persian).
25. Miller, D. 1983. The correlates of entrepreneurship in three types of firms. Management Science, 29: 770-791.
26. Mitchelmore, S. and J. Rowley. 2010. Entrepreneurial competencies: A literature review and development agenda. International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research, 16(2): 92-111.
27. Mokhet, S., M. Movarej, F. Soorani, and F. Rajabian. 2013. Skills of entrepreneurial personality of rural youth of Gonbad-e-kavous County. Economics and Development Research, 44(3): 523-532 (In Persian).
28. Moreno, A.M. and J.C. Casillas. 2008. Entrepreneurial orientation and growth of SMEs: A causal model. Entrepreneurship Theory and Practice, 32(3): 507-528.
29. Nabizadeh Zolpirani, M., S.Y. Hoseini Yekani and R. Heidari Kamalabadi. 2014. Effective factors on motivation of agricultural entrepreneurship (Case study: Guilan privince). Journal of Entrepreneurship and Agriculture, 2(3): 9-18 (In Persian).
30. Najafi Auwalu, I. and M. Abdulsalam. 2016. Moderating role of entrepreneurial orientation on the relationship between entrepreneurial skills, environmental factors and entrepreneurial intention: A PLS approach. Management Science Letters, 6: 225-236.
31. Nik Raftar, T. 2011. The effect of personal and social competencies on theentrepreneurial personality (Case Study: Tosee Saderat Bank staff). Entrepreneurship Development, 4(14): 125-143.
32. Reisi, A., M. sh. Tash, H. Salarzehi, and A. valinafs. 2016. Identification and prioritization of factors affecting agricultural entrepreneurship in rural areas (Study Case: Sarbaz county). Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture, 3(6): 51-58 (In Persian).
33. Rogers, E. 1969. Modernization among Peasants. N.Y. Holt.
34. Rostami Flourdi, E., M.Sh. Sharifzadeh and Gh.H. Abdollahzadeh. 2016. The tendency to collective entrepreneurship in agricultural cooperatives. Journal of Entrepreneurship in Agriculture, 3(2): 115-132 (In Persian).
35. Samadi Miar Kolaei, H. and H. Aghajani. 2014. Exploring the indexes of entrepreneurial university in higher education through fuzzy inference system at Islamic Azad University, Qaemshahr Branch. Modern Thoughts in Education, 9(3): 96-114 (In Persian).
36. Shamsudeen, K., B. Muhammad Liman and M. J. Haruna. 2017. An empirical investigation on the relationship between entrepreneurial orientation, entrepreneurial education and entrepreneurial intention in Nigeria: A study of some selected students of higher learning. Saudi Journal of Business and Management Studies, 2(3): 125-130.
37. Shook, C.L., D.J.Jr. Ketchen, G.T.M. Hult and K.M. Kacmar. 2004. An assessment of the use of structural equation models in strategic management research. Strategic Management Journal, 25: 397-404.
38. Taatila, V. and S. Down. 2012. Measuring entrepreneurial orientation of university students. Education and Training, 54(8-9): 744-760.
39. Wang, C.L. 2008. Entrepreneurial orientation, learning orientation, and firm performance. Entrepreneurship Theory and Practice, 32(4): 635-657.
40. Yusefi, Z., N. Naderi, B. Rezaei and N. Shiri. 2015. Investigation and prioritization of expert's views of agriculture jihad organization of Kermanshah on factors affecting the development of agricultural entrepreneurship in rural areas. Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture, 2(4): 53-61 (In Persian).

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-10]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1400.8.16.10.9]
[DOI: 10.52547/jea.8.16.86]

Analyzing the Effect of Entrepreneurial Orientation Components on Agricultural Entrepreneurship Intention in Rural Areas of Marvdasht

Madineh Khosrowjerdi[1] and Maryam Sharifzadeh[2]

1- Ph.D Student of Agriculture Development, Yasouj University, m.khosrowjerdi@stu.yu.ac.ir
2- Associate Professor of Agricultural Extension, Department of Rural Development Management, Yasouj University, (Corresponding author: m.sharifzadeh@yu.ac.ir)
Received: 29 November, 2021 Accepted: 18 January, 2022

Extended Abstract

Introduction and Objective: Entrepreneurial intention is considered as the starting point and pre-condition for entrepreneurial activities. Entrepreneurial orientation refers to the tendency of people to business opportunities, pro-activeness and propensity toward risks, need for achievement and independence. It seems that entrepreneurial intention is affected by individuals' entrepreneurial orientation. Since getting familiar with entrepreneurial intentions of individuals and recognizing the related influencing factors has a great role on entrepreneurial development, particularly in rural areas, accordingly, the present study was conducted to investigate the effect of entrepreneurial orientation components on agricultural entrepreneurship intentions in rural areas.

Material and Methods: This research was conducted by survey method on the statistical population of 150 entrepreneurs employing in the agricultural sector of Marvdasht County. The data collection tool was a questionnaire in which the face validity was confirmed by experts and the reliability was confirmed by a pilot study outside the statistical sample. Structural equation modeling (SEM) was used to analyze the data.

Results: The results of confirmatory factor analysis (CFA) confirmed the validity, reliability and fit of the latent variables of the research. the results of structural modeling showed that the components of independence, the need for achievement (success) and risk-taking of entrepreneurs were predictors of changes in entrepreneurial intentions. In addition, 15% of the variance changes in the entrepreneurial intentions of the studied agricultural entrepreneurs are explained by their entrepreneurial orientation components. The correlation analyses showed that these variables were positively associated with entrepreneurial intention scores in the sample. However, the opportunity identification and proactiveness components did not predict changes in their entrepreneurial intentions.

Conclusion: The strong entrepreneurial orientation generally plays an important role on better entrepreneirual performance in the way that leads high levels of creative, effective, and risk-taking behaviors. Entrepreneurs with higher orientation are those who have the ability to change an uncertain environment and bring the advantages into their context. These factors' positive direct impact on entrepreneurial intention suggest that entrepreneurial orientation will be achieved by promoting the appropriate facilitative context for getting familiarize with entrepreneurship opportuinities. The study concluded by making a number of practical suggestions to strengthen the entrepreneurial intentions of agricultural entrepreneurs to help managers and agricultural planners.

Keywords: Agricultural Entrepreneurs, Business Opportunities, Entrepreneurship Orientation, Entrepreneurial Intention, Risk-taking Propensity

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-10]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1400.8.16.10.9]
[DOI: 10.52547/jea.8.16.86]