

تحلیل سازه‌های موثر بر توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای در ایران

همایون مرادنژادی^{۱*}، هوشنگ ایروانی^۲، حسین شعبانعلی فمی^۳، سید محمود حسینی^۴،
و محسن کافی^۵

۱، ۲، ۳، ۴، ۵، دانش‌آموخته دکتریدانشگاه تهران و استادیار دانشگاه ایلام و دانشیاران و استادیاران
پرديس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران
(تاریخ دریافت: ۸۵/۹/۱۵ - تاریخ تصویب: ۸۶/۲/۱۲)

چکیده

یکی از گزینه‌های مناسب در جهت استفاده بهینه از مزیت‌های نسبی بخش کشاورزی در عرصه تولید، بازاریابی، رقابتی کردن بخش کشاورزی و حضور فعال در بازارهای جهانی، توسعه واحدهای بهره‌برداري گلخانه‌ای است. توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای و استفاده از ظرفیت‌های موجود کشور برای توسعه این واحدها، نیازمند شناخت کافی از سازه‌های تاثیرگذار بر توسعه ابعاد کارآفرینی در این واحدها می‌باشد. این پژوهش با هدف تحلیل سازه‌های موثر بر توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای و در چارچوب پژوهش‌های توصیفی-همبستگی انجام شده است. نمونه آماری این پژوهش تعداد ۱۴۲ نفر از کارآفرینان واحدهای گلخانه‌ای بوده‌اند که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای با انتساب متناسب از هشت منطقه کشور انتخاب و با ابزار پرسشنامه مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. ضریب آلفای کرونباخ به منظور تشخیص پایایی پرسشنامه‌ها محاسبه گردیده است که در این پژوهش برابر با ۰/۸۵ محاسبه شده است که حاکی از پایایی مناسب ابزار پژوهش بوده است. روایی محتوایی پرسشنامه نیز با نظرخواهی از کارشناسان و اساتید مرتبط با موضوع تأیید شده است. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیونی نشان داده است که محیط اقتصادی (۳۴/۶٪)، ویژگی‌های روان‌شناختی (۱۱/۱٪)، پویایی محیط (۲/۲۹٪)، دسترسی به منابع (۲/۱٪)، مهارت بازاریابی (۲/۴۷٪)، محیط اکولوژیکی (۱/۳۹٪) و علاقه به کشاورزی (۱/۵۹٪) بر توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای موثر بوده‌اند. یافته‌های این پژوهش می‌تواند راه‌گشای توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای باشد.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، توسعه کارآفرینی، واحدهای تولیدی گلخانه‌ای، عوامل محیطی،

عوامل روان‌شناختی، عوامل ساختاری

مقدمه

روابط اقتصادی مناطق مختلف ایفا نماید. حضور موفق بخش کشاورزی در عرصه اقتصاد جهانی مستلزم پایداری، سودآوری و بهره‌وری بالای این بخش می‌باشد. سازمان جهانی خواروبار و کشاورزی، رقابتی شدن کشاورزی را تنها راه‌حل دراز مدت برای حرکت در راستای توسعه کشاورزی

روند جهانی شدن و اتصال تنگاتنگ اقتصاد جوامع روستایی و بخش کشاورزی به بازارهای اقتصادی روبه گسترش در سطوح بین‌المللی و منطقه‌ای سبب گردیده است تا بخش کشاورزی بتواند نقش تعیین‌کننده‌ای را در

پژوهش‌های زیادی در مورد عوامل موثر بر افزایش رفتارهای کارآفرینانه به انجام رسیده است، اما متأسفانه در کشور ما به این مقوله توجه کافی نشده است. این وضعیت در مورد فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی بخش کشاورزی بسیار مشهودتر است. در سایر نقاط دنیا، پژوهش‌گران زیادی سازه‌های موثر بر فعالیت‌های کارآفرینانه را بررسی نموده‌اند. نتایج این پژوهش‌ها نشان داده است که، عوامل مختلفی بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه موثر بوده‌اند. این پژوهش با هدف تحلیل سازه‌های موثر بر توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای انجام شده است. برای آگاهی از نتایج پژوهش‌های پیشین مرتبط با موضوع، به تعدادی از آنها اشاره می‌شود.

کوارتکو و همکاران (۱۹۹۳) ایجاد یک کسب و کار کارآفرینانه را نتیجه عوامل سازمانی، ویژگی‌های فردی و فراهم بودن بعضی از تسریع‌کننده‌ها دانسته‌اند (۱۴). گارتنر (۱۹۸۵) چهار بعد فردی، فرآیندی، سازمانی و محیطی را به عنوان عوامل مؤثر بر کارآفرینی مطرح کرده است (۹). براساس مطالعات گارتنر رفتار کارآفرینانه کسب و کارهای کوچک، تحت تأثیر سازه‌های فردی، سازمانی، محیطی و فرآیندی می‌باشد. درایسن و زوارت (۱۹۹۸) در ارتباط با عوامل موثر بر موفقیت کسب و کارهای کوچک، علاوه بر تأثیر ابعاد فردی، محیطی و سازمانی در موفقیت کسب و کارهای کوچک، عوامل بیوگرافیکی و دموگرافیکی اجتماعی را نیز در نظر گرفته‌اند (۷). در مدل مفهومی سه بعدی لامپکین و دس (۱۹۹۶) نیز عملکرد کارآفرینانه تحت تأثیر سه بعد فردی، محیطی و سازمانی قرار دارد. در این مدل عملکرد کارآفرینانه کسب و کار تحت تأثیر سه عامل گرایش‌های کارآفرینانه افراد از جمله نوگرایی، ریسک‌پذیری، پیشقدم شدن در کار، عوامل سازمانی کسب‌وکار شامل اندازه کسب‌وکار، ساختار شرکت، استراتژی، فرآیند شکل‌گیری استراتژی، منابع شرکت، فرهنگ سازمانی کسب‌وکار، ویژگی‌های مدیریتی مدیران شرکت و سازه‌های محیطی شامل پویایی محیط اقتصادی پیرامون و پیچیدگی محیط قرار دارد (۱۵). بر اساس مدل زهرا (۱۹۹۳) سازه‌های محیط بیرونی، محیط داخلی و استراتژی بر سطوح کارآفرینی کسب و کار تأثیر می‌گذارد (۲۴).

پایدار می‌داند (۳). بانک جهانی و سازمان تجارت جهانی نیز بر رقابتی شدن بخش کشاورزی تأکید می‌کنند (۲۳). بنابراین، بخش کشاورزی می‌بایست خود را در جهت ایفای نقش‌های جدید نه در قالب کارکردهای معیشتی، بلکه به منظور استفاده بهینه از مزیت‌های نسبی بخش کشاورزی در عرصه تولید و بازاریابی محصولات کشاورزی در سطح ملی و بین‌المللی آماده سازد. یکی از گزینه‌های مناسب در جهت استفاده بهینه از مزیت‌های نسبی بخش کشاورزی در عرصه تولید، بازاریابی، رقابتی کردن بخش کشاورزی و حضور فعال در بازارهای جهانی، توسعه واحدهای بهره‌برداري گلخانه‌ای می‌باشد. ایران با وجود دارا بودن نزدیک به ۲۵۰۰ هکتار سطح زیرکشت گل و گیاهان زینتی، و نزدیکی به بازارهای مصرف گل و گیاهان زینتی دنیا، سالانه تنها نزدیک به ۱ میلیون دلار گل و گیاهان زینتی از کشور صادر می‌کند. این درحالی است که سطح زیرکشت گل و گیاهان زینتی در کشور ما یک سوم سطح زیر کشت گل و گیاهان زینتی کشور هلند می‌باشد، اما میزان صادرات ایران حدود چهار هزارم کشور هلند می‌باشد (۱). این تفاوت را می‌توان در ماهیت کارآفرینانه تولیدات کشور هلند جستجو کرد. به عبارتی دیگر در بازارهای کنونی کشاورزی تنها تولیداتی توانایی رقابت دارند که به گونه‌ای کارآفرینانه تولید شده باشند. نکته قابل توجه دیگر نگاه برنامه‌های توسعه، به افزایش سطح زیرکشت واحدهای تولیدی گلخانه‌ای می‌باشد. (۲)

می‌توان گفت که توسعه واحدهای تولیدی گلخانه‌ای زمانی می‌تواند به رقابتی شدن بخش کشاورزی و توسعه آن کمک نماید که، دارای ماهیتی کارآفرینانه باشد. حرکت در جهت توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای، نیازمند وجود کارآفرینانی در بخش کشاورزی می‌باشد که با خلاقیت، ریسک‌پذیری و استفاده از فرصت‌های موجود، بتوانند تولیداتی با ماهیت کارآفرینانه را در بازارهای رقابتی موجود عرضه نمایند. اما توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای و استفاده از ظرفیت‌های موجود کشور برای توسعه کشت‌های گلخانه‌ای، نیازمند شناخت کافی از سازه‌های تأثیرگذار بر ابعاد کارآفرینی در این واحدها می‌باشد. با وجود اینکه در بیشتر نقاط دنیا،

کارآفرینی، تفویض اختیار، حمایت مدیریت و شیوه‌های جدید پاداش ذکر نموده‌اند (۱۲).

مطالعات پیشین همچنین شواهدی مبنی بر اهمیت فرهنگ سازمانی در پرورش و تقویت نوآوری در سازمان‌ها را نشان داده است، یافته‌های استرینگر (۲۰۰۰) نشان داده است که سازمان‌های نوآور، ویژگی‌های فرهنگی متمایزی داشته‌اند (۱۹).

مواد و روش‌ها

همان‌گونه که از عنوان این پژوهش مشخص می‌باشد، متغیر وابسته‌ی پژوهش، توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای می‌باشد. در ادبیات کارآفرینی، توسعه کارآفرینی دارای دو بعد خرد و کلان می‌باشد. در بعد کلان، توسعه کارآفرینی به بحث درباره زیرساخت‌ها، زمینه‌ها و سیاست‌گذاری‌های مورد نیاز برای شروع یک کسب و کار کارآفرینانه تمرکز دارد، و در بعد خرد، توسعه کارآفرینی به معنی توسعه ابعاد کارآفرینانه یک کسب و کار می‌باشد. در این پژوهش، منظور از توسعه کارآفرینی، بعد خرد آن یعنی توسعه ابعاد کارآفرینانه در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای بوده است. برای محاسبه‌ی ابعاد کارآفرینانه واحدهای تولیدی گلخانه‌ای از معیارهایی که در پژوهش‌های گذشته به کار گرفته شده بود، استفاده شده است. بنابراین در این پژوهش پس از بررسی نحوه‌ی محاسبه‌ی ابعاد کارآفرینی در پژوهش‌های گذشته، از یک مقیاس ترکیبی شامل نوگرایی در تولید محصولات گلخانه‌ای، پیش‌قدمی در ایجاد تغییر، ریسک‌پذیری، رقابت‌پذیری، میزان توسعه سطح زیر کشت گلخانه و میزان رشد کمی و کیفی، برای اندازه‌گیری ابعاد کارآفرینانه واحدهای تولیدی گلخانه‌ای استفاده شده است. لازم به ذکر است که به منظور اندازه‌گیری دقیق‌تر و بالا بردن اعتبار اندازه‌گیری متغیر وابسته‌ی پژوهش، ابتدا گویه‌های در نظر گرفته شده، وزن دهی، سپس با جمع نمرات به‌دست آمده، نسبت به اندازه‌گیری متغیر وابسته‌ی پژوهش اقدام شده است.

روش پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی از نظر میزان نظارت و درجه کنترل از نوع پژوهش‌های میدانی و از

مک‌کله‌لند (۱۹۶۱)، براک‌هاوس (۱۹۸۲)، و هورنادای و بانکر (۱۹۷۰)، نیاز به پیشرفت و ریسک‌پذیری را عوامل اصلی موثر بر توسعه کارآفرینی دانسته‌اند (۴، ۱۰، ۱۶). تیمونس (۱۹۷۸) اهمیت خودکنترلی، اعتدال در ریسک‌پذیری، منبع کنترل، خلاقیت، و نوآوری را در موفقیت کارآفرینی نشان داده است (۲۱). دروآند و شی (۱۹۷۴) با بررسی ۲۹ دارنده کسب و کار کوچک سیاه پوست به این نتیجه رسیده‌اند که آن‌هایی که نیاز به پیشرفت بالایی داشته‌اند، به طور معنی‌داری فعال‌تر از آن‌هایی بوده‌اند که نیاز به پیشرفت پایین‌تری داشته‌اند (۸). هورنادای و ابود (۱۹۷۱) با بررسی ۶۰ کارآفرین به این نتیجه رسیده‌اند که مقادیر نیاز به پیشرفت به طور معنی‌داری بالاتر از میانگین است (۱۱).

جنینگز (۱۹۹۴) نتیجه گرفته است که بیش‌تر کارآفرینان در مورد کسب و کار خود دارای تجربه بوده‌اند (۱۳). کوین و اسلوین (۱۹۹۱) یادآوری نموده‌اند که شرایط اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، سیاسی و قانونی محیط بر رفتار کارآفرینانه کسب و کار تاثیر گذار می‌باشند (۵). میلر و فریسن (۱۹۸۲) در پژوهش خود نتیجه گرفته‌اند که عوامل محیطی و رفتار کارآفرینانه کسب و کار به صورت متقابل بر یکدیگر اثر گذار می‌باشند (۱۷). دس و بیرد (۱۹۸۴) پویایی محیط را از عوامل تاثیر گذار بر رفتار کارآفرینانه ذکر نموده‌اند (۶). تیبجی و ویکری (۱۹۸۸) توسعه کارآفرینی را متأثر از رویه‌ها و سیاست‌های دولت و شرایط اجتماعی اقتصادی دانسته‌اند (۲۲). تروو و نیتی کانگاس در سال ۱۹۹۴ در مطالعه‌ای به این نتیجه رسیده‌اند که شرایط اجتماعی اقتصادی و مهارت‌های کارآفرینی بر کارآفرینی موثر است (۲۰).

سولی‌موسی (۱۹۹۸) نیز عناصر سازمانی موثر بر کسب و کار کارآفرینانه را شامل ساختار و استراتژی، دیدگاه کسب و کار نسبت به رقابت، دیدگاه کسب‌وکار نسبت به استفاده از تکنولوژی و سطح آن و نحوه استفاده از شبکه‌های موجود ذکر کرده است (۱۸). هورنزی و همکاران (۱۹۹۳) مهم‌ترین عوامل سازمانی تأثیر گذار بر موفقیت کسب و کارهای کارآفرینانه را تشویق به نوآوری، توسعه تیم‌های

پرسشنامه بررسی شده است. جهت تعیین اعتبار محتوایی، پرسشنامه مقدماتی را در اختیار اساتید و متخصصین مرتبط با موضوع قرار داده و از آنها نظر خواهی و اصلاحات لازم انجام گردید. در پژوهش حاضر به منظور محاسبه قابلیت اعتماد از روش آلفای کرونباخ استفاده گردیده است. در ۳۰ پرسشنامه‌ای که در ابتدای کار به صورت پیش‌آزمون تکمیل شد مقدار آلفای کرونباخ ۰/۸۵ محاسبه گردید که حاکی از پایایی مناسب ابزار پژوهش بوده است. در این پژوهش برای شناسایی عوامل تاثیرگذار بر توسعه ابعاد کارآفرینان واحدهای تولیدی گلخانه‌ای از رگرسیون چند گانه استفاده شده است، که در ادامه یافته های تحلیل رگرسیونی ذکر گردیده است.

نتایج و بحث

در این پژوهش، برای بررسی تاثیر متغیرهای مستقل مورد مطالعه بر متغیر وابسته توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای، رگرسیون چندگانه مورد استفاده قرار گرفته شده است. هدف از تحلیل رگرسیونی، بررسی تاثیر هر یک از متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته و پیش‌بینی میزان تغییرات متغیر وابسته و تعیین سهم هر کدام از متغیرهای مستقل در تبیین واریانس متغیر وابسته بوده است. در واقع رگرسیون چندگانه، روشی برای مطالعه تاثیر یک یا چند متغیر مستقل در پیش‌بینی تغییرات متغیر وابسته است. نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه به شرح زیر بوده است:

گام اول: با مشاهده مدل به‌دست آمده از تحلیل رگرسیونی، روشن شده است که در اولین گام متغیر محیط اقتصادی وارد معادله رگرسیون شده است. مقدار ضریب همبستگی چند گانه (R) برابر ۰/۵۸۵ و ضریب تعیین (R^2) برابر ۰/۳۴۶ به‌دست آمده است. یعنی ۳۴/۶ درصد تغییرات متغیر وابسته توسعه کارآفرینی را متغیر محیط اقتصادی تبیین نموده است.

گام دوم: در گام دوم تحلیل رگرسیونی، متغیر عوامل روان‌شناختی وارد معادله گردیده است. این متغیر ضریب همبستگی چندگانه را به ۰/۶۷۶ و ضریب تعیین را به ۰/۴۵۷ افزایش داد در واقع این متغیر به تنهایی ۱۱/۱۱

لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها از نوع پژوهش‌های توصیفی است. از بین روش‌های توصیفی نیز، از روش همبستگی بهره برده است. جامعه آماری پژوهش کارآفرینان واحدهای تولیدی گلخانه‌ای در کشور بوده‌اند که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای با انتساب متناسب، انتخاب شده‌اند. در این پژوهش، منظور از کارآفرینان، افراد نوآور و ریسک‌پذیری می‌باشند که اقدام به راه‌اندازی یک واحد تولیدی گلخانه‌ای نموده‌اند و ضمن ارائه محصولات و خدمات جدیدی در زمینه تولید محصولات گلخانه‌ای، توانسته‌اند سه تا پنج سال خود را در بازار حفظ نموده و واحد تولیدی خود را به یک سودآوری مطابق با اهداف راه‌اندازی آن برسانند. متأسفانه در کشور ما یکی از مشکلات انجام پژوهش، دستیابی به آمار و ارقام صحیح و منطبق با واقعیات جامعه می‌باشد. در این پژوهش یکی از مراحل بسیار دشوار برای پژوهشگر، برآورد حجم جامعه آماری واحدهای تولیدی گلخانه‌ای با ویژگیهای کارآفرینانه بود. بدین منظور با جمع‌آوری اطلاعات از کارشناسان دفتر گل و گیاهان زینتی و دفتر سبزی و صیفی وزارت جهاد کشاورزی و تطبیق آنها با اطلاعات جمع‌آوری شده از کارشناسان باغبانی مناطق مورد مطالعه (ایلام، زنجان، مرکزی، تهران، مازندران، کرمان، جیرفت و لرستان) و تعدادی از کارآفرینان واحدهای تولیدی گلخانه‌ای این استانها، یک چند جانبه‌گرایی (Triangulation) برای جمع‌آوری اطلاعات در مورد میزان حجم جامعه آماری به انجام رسید. بر این اساس حجم جامعه آماری تعداد ۱۱۰۵ واحد تولیدی گلخانه‌ای برآورد گردید. با توجه به اهمیت نمونه‌گیری، تلاش گردید تا نمونه‌های آماری به گونه‌ای انتخاب گردند که معرف جامعه آماری یاد شده باشند، بنابراین بر اساس طبقه‌بندی وزارت جهاد کشاورزی که مناطق مختلف کشاورزی کشور را به هشت منطقه تقسیم نموده است، از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای، متناسب با بزرگی جامعه، اقدام به نمونه‌گیری شد و حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران برابر با ۱۴۲ نفر در نظر گرفته شد. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه‌ای بوده که بر اساس مرور ادبیات موضوع و مطابق با اهداف پژوهش تهیه شده است. با توجه به ماهیت و اهداف پژوهش، اعتبار محتوایی

جدول ۱- ضرایب تعیین متغیرهای تاثیرگذار بر توسعه کارآفرینی در گرسیون گام به گام

گام	متغیر	ضریب همبستگی R	ضریب تعیین (R ²)	ضریب تعیین تعدیل شده (R ² AD)	مقدار F
۱	محیط اقتصادی	۰/۵۸۸	۰/۳۴۶	۰/۳۴۱	۷۱/۳۳۱
۲	عوامل روان‌شناختی	۰/۶۷۶	۰/۴۵۷	۰/۴۴۹	۵۶/۳۳۹
۳	پویایی محیط	۰/۶۹۳	۰/۴۸۰	۰/۴۶۸	۴۰/۸۷۸
۴	دسترسی به منابع	۰/۷۰۸	۰/۵۰۱	۰/۴۸۶	۳۳/۰۹۸
۵	مهارت بازاریابی	۰/۷۲۵	۰/۵۲۵	۰/۵۰۷	۲۹/۰۱۳
۶	محیط اکولوژیکی	۰/۷۳۴	۰/۵۳۹	۰/۵۱۸	۲۵/۳۷۱
۷	علاقه به کار کشاورزی	۰/۷۴۵	۰/۵۵۵	۰/۵۳۱	۲۳/۰۱۱

جدول ۲- مقایسه میزان تاثیر متغیرهای مستقل بر توسعه کارآفرینی در گرسیون گام به گام

متغیر	ضریب غیر استاندارد B	ضریب استاندارد شده Beta	t	Sigt
مقدار ثابت	۳۱۹۶/۰۸			۵/۶۹۷
محیط اقتصادی	۱۱/۵۰	۰/۵۹۰		۶/۶۰۴
عوامل روان‌شناختی	۳۴/۵۵	۰/۳۶۶۰		۰/۹۳
پویایی محیط	۲۸۱/۰۹	۰/۲۸۷		۴/۳۴۹
دسترسی به منابع	۵۰/۷۴	۰/۱۶۲		۳/۷۸۸
مهارت بازاریابی	۴۰۳/۴۸	۰/۲۳۶		۳/۵۱۵
محیط اکولوژیکی	۳۴۲/۴۴	۰/۱۹۷		۲/۶۹۰
علاقه به کار کشاورزی	۱۴۱/۵۲	۰/۱۲۹		۲/۱۴۹

پس از ورود این هفت متغیر عملیات ورود متغیر جدید متوقف شده است. در واقع این هفت متغیر در مجموع ۵۵/۵ درصد تغییرات متغیر وابسته توسعه کارآفرینی را تبیین می‌کنند. با توجه به توضیحات ارائه شده در بالا و نتایج جدول ۲ معادله خطی حاصل از تحلیل رگرسیون به شکل زیر می‌باشد:

$$Y = 3196/08 + 11/50 X1 + 34/55 X2 + 281/09 X3 + 50/74 X4 + 403/48 X5 + 342/44 X6 + 141/52 X7$$

که در آن :

- Y : توسعه کارآفرینی
 X1 : محیط اقتصادی
 X2 : عوامل روان‌شناختی
 X3 : پویایی محیط
 X4 : دسترسی به منابع
 X5 : مهارت بازاریابی
 X6 : محیط اکولوژیکی
 X7 : علاقه به کار کشاورزی

درصد تغییرات متغیر وابسته توسعه کارآفرینی را تبیین نموده است.

گام سوم: در گام سوم تحلیل رگرسیونی متغیر پویایی محیط وارد معادله گردیده است. این متغیر ضریب همبستگی چندگانه را تا ۰/۶۹۳ و مقدار ضریب تعیین را نیز تا حد ۰/۴۸۰ بالا برده است. بنابراین متغیر دسترسی به منابع به تنهایی ۲/۲۹ درصد تغییرات متغیر وابسته را تبیین نموده است.

گام چهارم: در این مرحله متغیر دسترسی به منابع وارد معادله گردیده است. این متغیر ضریب همبستگی چندگانه را به ۰/۷۰۸ و مقدار ضریب تعیین را تا حد ۰/۵۰۱ افزایش داده است، یعنی این متغیر به تنهایی ۲/۱۰ درصد تغییرات متغیر توسعه کارآفرینی را تبیین نموده است.

گام پنجم: در این گام متغیر مهارت بازاریابی وارد معادله گردیده است. این متغیر ضریب همبستگی چندگانه را به ۰/۷۲۵ و مقدار ضریب تعیین را تا حد ۰/۵۲۵ افزایش داده است، یعنی این متغیر به تنهایی ۲/۴۷ درصد تغییرات متغیر توسعه کارآفرینی را تبیین نموده است.

گام ششم: در گام ششم تحلیل رگرسیونی متغیر محیط اکولوژیکی وارد معادله گردیده است. این متغیر ضریب همبستگی چندگانه را تا ۰/۷۳۴ و مقدار ضریب تعیین را نیز تا حد ۰/۵۳۹ بالا برده است. بنابراین متغیر محیط اکولوژیکی به تنهایی ۱/۳۹ درصد تغییرات متغیر وابسته را تبیین نموده است.

گام هفتم: در گام هفتم تحلیل رگرسیونی، متغیر علاقه به کار کشاورزی وارد معادله گردیده است. این متغیر ضریب همبستگی چندگانه را به ۰/۷۴۵ و ضریب تعیین را به ۰/۵۵۵ افزایش داده است. در واقع این متغیر به تنهایی ۱/۵۹ درصد تغییرات متغیر وابسته توسعه کارآفرینی را تبیین نموده است. در جدول (۱) مقدار ضریب همبستگی چندگانه (R)، مقدار ضریب تعیین (R²) و ضریب تعیین تعدیل شده برای هر یک از متغیرهای تحلیل رگرسیونی نشان داده شده است.

در جدول ۲ مقدار ضریب استاندارد شده Beta و سطح معنی‌داری هر یک از متغیرهای تحلیل رگرسیونی نشان داده شده است.

مقدار بتا اهمیت نسبی متغیرهای مستقل در تبیین تغییرات متغیر وابسته را نشان داده است. براساس نتایج حاصل از ضرایب Beta مشاهده می‌شود که متغیر محیط اقتصادی با مقدار بتای ۰/۵۹۰ بیش‌تر از بقیه متغیرها روی توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای تاثیرگذار بوده است. این مقدار بتا نشان داده است که با یک واحد تغییر در متغیر مستقل "محیط اقتصادی"، ۰/۵۹۰ واحد در متغیر وابسته توسعه کارآفرینی تغییر ایجاد می‌شود. همچنین متغیرهای عوامل روان‌شناختی با مقدار بتای ۰/۳۶۶، پویایی محیط با مقدار بتای ۰/۲۸۷، مهارت بازاریابی با مقدار بتای ۰/۲۳۶، محیط اکولوژیکی با مقدار بتای ۰/۱۹۷، دسترسی به منابع با مقدار بتای ۰/۱۹۷ و علاقه به کار کشاورزی با مقدار بتای ۰/۱۱۲۹ بر توسعه کارآفرینی موثر بوده‌اند. در این بخش با استناد به یافته‌های پژوهش، پیشنهادهای برگرفته شده از این نتایج آورده شده است:

نتایج تحلیل رگرسیونی نشان داده است که محیط اقتصادی موثرترین عامل برای توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای بوده است. بنابراین پیشنهاد می‌گردد که مواردی هم‌چون همکاری مناسب بانک‌های متصدی پرداخت اعتبارات کشاورزی، قیمت مناسب نهاده‌های محصولات گلخانه‌ای، قیمت مناسب داخلی محصولات گلخانه‌ای، مناسب نمودن نرخ بهره وام‌های کشاورزی و وجود تقاضا در جامعه برای محصولات گلخانه‌ای، برای توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای مورد توجه قرار گیرد.

نتایج تحلیل رگرسیونی نشان داده است که سازه‌های روان‌شناختی کارآفرینان مورد مطالعه یکی از عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای بوده است. این نکته تأیید کننده پژوهش‌های زیادی است که در مورد ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان انجام شده است. بنابراین پیشنهاد می‌گردد که در برنامه‌های توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای، آموزش‌های مورد نیاز برای بهبود ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان مورد توجه قرار گرفته شود.

در ادبیات کارآفرینی یکی از متغیرهای تاثیرگذار بر روند موفقیت فعالیت‌های کارآفرینانه را داشتن مهارت‌های فردی ذکر کرده‌اند. در این پژوهش نتایج تحلیل رگرسیونی نشان داده است که مهارت بازاریابی یکی از عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای بوده است. بر این اساس پیشنهاد می‌گردد که برنامه‌های آموزشی طراحی شده برای افزایش مهارت‌های کارآفرینان واحدهای تولیدی گلخانه‌ای، به‌گونه‌ای طراحی شوند که مخاطبان آن‌ها در این دوره‌ها توانایی مواردی هم‌چون ارزیابی و بررسی بازار از نظر تعداد تولیدکنندگان محصولات گلخانه‌ای، شناسایی بازارهای داخلی محصولات گلخانه‌ای، ارزیابی و بررسی وضعیت رقابت محصولات گلخانه‌ای، استفاده از روش‌های مناسب تبلیغات برای فروش محصولات گلخانه‌ای تولیدی، چانه‌زنی برای فروش و بازاریابی محصولات گلخانه‌ای و ارائه خدمات جدید به مشتریان در مقایسه با رقبا را به دست آورند، تا بتوانند خود را در بازارهای رقابتی حفظ نموده و با استفاده از مهارت بازاریابی، نسبت به بازاریابی تولیدات خود و عرضه و فروش آن‌ها در بهترین مکان و زمان اقدام نمایند و از این طریق واحد تولیدی خود را در حالتی کارآفرینانه نگه داشته و در بازارهای رقابتی این محصولات ماندگاری خود را افزایش دهند.

در ادبیات کارآفرینی منابع سازمانی هم‌چون دسترسی به اعتبارات و تجهیزات را در توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه بسیار موثر دانسته‌اند. نتایج تحلیل رگرسیونی نشان داده است که دسترسی به منابع یکی از عوامل تاثیرگذار بر توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای بوده است. بنابراین پیشنهاد می‌گردد که اهمیت منابع سازمانی در توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه مورد توجه قرار گرفته شود و در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌هایی که برای توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای تدوین می‌شود، اقدامات تسهیل‌گرانه برای دسترسی کارآفرینان واحدهای تولیدی گلخانه‌ای به اعتبارات و تجهیزات گلخانه‌ای مورد نیاز صورت گیرد.

نتایج تحلیل رگرسیونی نیز نشان داده است که پویایی محیط یکی از عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای بوده است. بر این اساس پیشنهاد می‌گردد

گرفته‌اند، باید علاقه‌مند به کار تولید محصولات گلخانه‌ای باشند. باید به این مهم توجه شود که برای شروع فعالیت‌های کارآفرینانه، تنها بیکار بودن افراد نمی‌تواند انگیزه‌ای برای شروع فعالیت‌های کارآفرینانه باشد. از این رو برای توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه در بخش کشاورزی نباید به توسعه واحدهای گلخانه‌ای به‌عنوان یک راهکار برای اشتغال افراد بیکار نگریسته شود. بلکه باید توجه داشت که اگر چه توسعه واحدهای گلخانه‌ای اشتغال‌زایی را به دنبال خواهد داشت، ولی این امر زمانی اتفاق خواهد افتاد افرادی وارد عرصه تولید در این بخش شوند علاقه‌مند به کار کشاورزی باشند. اگر تنها بیکار بودن فرد برای راه‌اندازی توسعه واحدهای گلخانه‌ای کافی در نظر گرفته شود کاری جز هدر دادن وقت و انرژی افراد و منابع ملی و هدر دادن فرصت‌های موجود خواهد بود. بنابراین پیشنهاد می‌گردد یکی از کارکردهایی که لازم است در راستای انجام فعالیت‌های آموزشی و ترویجی برای توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای انجام داد، علاقه‌مند نمودن کارآفرینان به کار کشاورزی می‌باشد.

نتایج تحلیل رگرسیون نیز نشان داده است که پویایی محیط یکی از عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای بوده است. بر این اساس پیشنهاد می‌گردد که اطلاعات مورد نیاز در مورد میزان مصرف و ذائقه مردم مناطق مختلف کشور و کشورهایی که امکان صادرات محصولات گلخانه‌ای ایران به آن‌ها وجود دارد، در اختیار واحدهای تولیدی گلخانه‌ای قرار گیرد، تا بتوانند نسبت به انجام برنامه‌ریزی برای تولید اقدام نمایند. همچنین برای حمایت از واحدهای تولیدی گلخانه‌ای لازم است که آن‌ها را در دستیابی به اطلاعات موجود در باره فرصت‌های بازاریابی بوجود آمده و پیش روی مطلع نمود.

نتایج تحلیل رگرسیون نشان داده است که علاقه به کار کشاورزی یکی از عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای بوده است. بنابراین پیشنهاد می‌گردد که دست‌اندرکاران توسعه واحدهای تولیدی گلخانه‌ای این نکته را در نظر داشته باشند که افرادی که می‌خواهند وارد عرصه تولید محصولات گلخانه‌ای شوند، علاوه بر دارا بودن ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینانه و سایر ویژگی‌هایی که در این پژوهش مورد مطالعه قرار

REFERENCES

منابع مورد استفاده

۱. دفتر گل و گیاهان زینتی وزارت جهاد کشاورزی ۱۳۸۳. نگاهی به وضعیت گل و گیاهان زینتی در ایران و جهان. جشنواره ملی گل‌های شاخه بریده در پاکدشت، گزارش منتشر نشده دفتر گل و گیاهان زینتی وزارت جهاد کشاورزی.
۲. سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور. ۱۳۸۳. سند برنامه چهارم توسعه اقتصادی اجتماعی جمهوری اسلامی ایران. تهران، انتشارات سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی
۳. فائو ۱۹۹۳. کشاورزی به سوی ۲۰۱۰. ترجمه و انتشار: دفتر تولید برنامه‌های ترویجی و انتشارات فنی معاونت ترویج کشاورزی. وزارت کشاورزی. تهران، ۱۳۷۶
4. Brockhaus, R. H. 1982. The psychology of the entrepreneur. In Kent, C. A., Sexton, D. L., and Vesper, K. H., (Eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
5. Covin, J. G., & D. P. Slevin. 1991. A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(1), 7-25
6. Dess, G.G., & D. W. Beard. 1984. Dimensions of organizational task environments. *Adm. Sci. Q.* 29, 52-73. development economics, Vol. III. Amsterdam: Elsevier Science.
7. Driessen, M. & P. Zwart. 1998. The role of the entrepreneur in small business success: the *Entrepreneurship Scan*, University of Groningen, the Netherlands.
8. Durand, D., & D. Shea. 1974. "Entrepreneurial Activity as a Function of Achievement Motivation and Reinforcement Control", *The Journal of Psychology*, 88, p. 57-63.
9. Gartner, W.B. 1985. "A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation." *Academy of Management Review*, 10, 696 - 708.

10. Hornaday, J. A. & C. S. Bunker. 1970. The Nature of the Entrepreneur. *Personnel Psychology*, 23(1): 47-54.
11. Hornaday, J. A. & J. Aboud. 1971. "Characteristics of successful entrepreneurs",
12. Hornsby, J.S., D. W. Naffziger, D. F. Kuratko, & R. V. Montagno. 1993. An interactive model of the corporate entrepreneurship process. *Entrepreneurship Theory and Practice* 17(2): 29-37.
13. Jennings, D. F. & L. S. Seaman. 1994. High and low levels of organizational adaptation: An empirical analysis of strategy, structure, and performance. *Strategic Management Journal*, 15 : 459-475.
14. Kuratko, D. F., J. S. Hornsby, D. W. Naffziger, & R. V. Montagno. 1993. Implementing entrepreneurial thinking in established organizations. *Advanced Management Journal*, (Winter): 28-33. entrepreneurial behavior on subordinates. *Journal of Business Venturing*, 12: 147-160.
15. Lumpkin, G. T., & G. G. Dess. 1996. Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management review*, 21(1), 135-172.
16. McClelland, D.C. 1961. *The Achieving Society*, Collier-Macmillan, New York, NY and London.
17. Miller, D., & P. Friesen. 1982. Innovation in conservative and entrepreneurial firms: Two models of strategic momentum. *Strategic Management Journal*, 3, 1-25.
18. Solymossy, E. 1998. Entrepreneurial dimensions: the relationship of individual, Venture, and environmental factors to success. Doctoral Dissertation, Case Western Reserve University, USA
19. Stringer, R. 2000. How to manage radical innovation, *California management review*, summer, 1-11
20. Tervo, H., & H. Nittykangas. 1994. The impact of unemployment on new firm formation in Finland. *International Small Business Journal*, 13(1): 38-53.
21. Timmons, J. A. 1987. Trends small business management and entrepreneurship education in the United States. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 15(3), 25-39.
22. Tyebjee, T. & L. Vickery. 1988. Venture capital in Western Europe. *Journal of Business Venturing*, 3(2): 123-136.
23. World Bank. 1995. *The Uruguay Round and the Developing Economies*.
24. Zahra, S.A. 1993. Environment, corporate entrepreneurship, and financial performance: a taxonomic approach *Journal of Business Venturing*, 8, 319-340.