

**Research Paper**

**Drivers of Recognizing Entrepreneurial Opportunities for Rural Woman  
Entrepreneurs in Agricultural Sector of Ilam Province**

*E. Noorabadi<sup>1</sup>, M. Vahedi<sup>2</sup>, M.B. Arayesh<sup>3</sup>, A.R. Poursaeed<sup>4</sup>*  
Received: 14 June, 2021                      Accepted: 26 October, 2021

**Abstract**

**Introduction**

Considering capabilities including good weather conditions, four types of climate, raining, and fertile soil, Ilam province has many entrepreneurship potentials and opportunities in agricultural sector. It is obvious that recognizing entrepreneurial opportunities in agricultural sector and reducing unemployment rate are of high importance in such conditions. Despite the significance of this issue, researchers have not paid much attention to recognition of women's entrepreneurship opportunities. Considering that entrepreneurship is a capacity to discover and utilize profitable opportunities in a competitive market, a low level of understanding and recognition of entrepreneurship opportunities by Iranian entrepreneurs is notable. Accordingly, it can be inferred that not recognizing existent potentials and opportunities in the agricultural sector for women is the main reason for the low rate of employment among women, thus improving capabilities to recognize entrepreneurial opportunities among job seekers is one of the best solutions to resolve unemployment and to develop entrepreneurship.

**Methodology**

The current study is a practical interpretive research. In terms of method, it is a qualitative research in which an inductive approach has been utilized. Semi-structured

- 
1. PhD Candidate for Agricultural Extension and Education, Ilam Branch, Islamic Azad University, Ilam, Iran.
  2. Corresponding Author and Assistant Professor at Agricultural Extension and Education Department, Ilam Branch, Islamic Azad University, Ilam, Iran.  
(marjan.vahedi@iilam.iau.ac.ir)
  3. Assistant Professor at Agricultural Extension and Education Department, Ilam Branch, Islamic Azad University, Ilam, Iran.
  4. Professor at Agricultural Extension and Education Department, Ilam Branch, Islamic Azad University, Ilam, Iran.

DOI: 10.30490/rvt.2021.354887.1368

interviews and thematic analysis were utilized to analyze the data and the used texts, respectively. Semi-structured interview by an exploratory approach was utilized to achieve the goals of the qualitative research and to extract indicators related to recognition of entrepreneurial opportunities. Five selected female entrepreneurs in 2019, 6 professors in entrepreneurship field who were familiar with agricultural sector's concerns, and 6 employees in Agricultural Jihad Organizations with more than 15 years of service, were interviewed using a semi-structured interview. Non-probability and purposive sampling using a snowball sampling approach was utilized to select the sample. Selecting the sample was continued to ensure sufficiency and saturation of the data and to ensure that the next samples do not provide different information. In this study, 17 participants were interviewed. Lincoln and Guba's evaluation was utilized to investigate the reliability and validity of the coding stage in analyzing qualitative context.

### **Results and Discussion**

Qualitative analysis of field interviews and their implementation and coding showed that among the main themes of recognition of entrepreneurial opportunities for rural women, "psychological features" by 77 frequencies were the main themes. This main theme includes some secondary themes such as creativity, independence, the need for cognition, self-efficacy in recognizing entrepreneurial opportunities, and the ability to understand and organize information. Alertness with a frequency of 62 was the second main theme. This includes primary knowledge, social networks, evaluation of information, and connecting new information and primary knowledge. "Entrepreneurial intelligence" by frequency of 60 was the 3rd main theme. It includes secondary themes such as entrepreneurial insight, cognitive intelligence, social intelligence, venture intelligence, and provocative intelligence. The 4th main theme was "environmental supports" with a frequency of 47. It includes financial, social, cultural, and political support. The 5th theme was "human capital" with a frequency of 33. This theme includes cognitive knowledge and experience. "Social capital" which includes connected philanthropy was the 6th theme with a frequency of 29. Turbulence as the 7th main theme by frequency of 27 includes secondary themes such as factors related to environment and personality factors.

### **Conclusion**

Analyzing information and the interviews showed that the main drivers for recognition of entrepreneurial opportunities can be categorized into seven categories (social capital, human capital, psychological features, turbulence, entrepreneurial intelligence, alertness, and environmental support). Generally, in the current study, 124 initial codes, 97 conceptual codes, 25 basic (main) themes, and 7 organizing (secondary) themes were recognized and extracted using thematic analysis of 17 interviews.

### **Keywords**

Identify Entrepreneurial Opportunities, Agricultural Sector, Rural Women, Content Analysis.

## روستا و توسعه

سال ۲۶، شماره ۱۰۱، بهار ۱۴۰۲

### مقاله پژوهشی

## پیشران‌های تشخیص فرصت‌های کارآفرینی زنان روستایی کارآفرین بخش کشاورزی استان ایلام

الهام نورآبادی<sup>۱</sup>، مرجان واحدی<sup>۲</sup>، محمدباقر آرایش<sup>۳</sup>، علیرضا پورسعید<sup>۴</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۳/۲۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۸/۴

### چکیده

پژوهش حاضر با هدف شناسایی پیشران‌های تشخیص فرصت‌های کارآفرینی زنان روستایی کارآفرین بخش کشاورزی استان ایلام و با استفاده از روش تحلیل مضمون انجام شد. این پژوهش بر اساس هدف، کاربردی و به لحاظ روش، کیفی و دارای رویکرد استقرایی است. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته، از روش تحلیل مضمون استفاده شد. جامعه آماری مورد مطالعه، شامل ۱۷ نفر از افراد مطلع (خبرگان موضوعات کارآفرینی، کارآفرینان زن نمونه استان و کارکنان ارشد سازمان‌های دولتی متولی کارآفرینی) در زمینه موضوع کارآفرینی زنان روستایی و نیز متون مناسب جهت استخراج شاخص‌ها و ادبیات نظری هستند. برای انتخاب نمونه‌ها در این پژوهش از روش گلوله برفی و به‌عنوان استاندارد برای پایان نمونه‌گیری، از روش اشباع مضامین استفاده شد. مضامین با استفاده از دو منبع ادبیات نظری و مصاحبه نیمه‌ساختاریافته احصاء شد. نتیجه تحلیل داده‌های کیفی، شناسایی ۹۷ کد مفهومی، ۲۵ مضمون پایه و ۷ مضمون سازمان‌دهنده شامل «سرمایه اجتماعی»، «سرمایه انسانی»، «ویژگی‌های

۱- دانشجوی دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، واحد ایلام، دانشگاه آزاد اسلامی، ایلام، ایران.

۲- نویسنده مسئول، استادیار و عضو هیأت علمی گروه ترویج و آموزش کشاورزی واحد ایلام، دانشگاه آزاد اسلامی، ایلام، ایران.  
(marjan.vahedi@iilam.iau.ac.ir)

۳- استادیار و عضو هیأت علمی گروه ترویج و آموزش کشاورزی واحد ایلام، دانشگاه آزاد اسلامی، ایلام، ایران.

۴- استاد و عضو هیأت علمی گروه ترویج و آموزش کشاورزی واحد ایلام، دانشگاه آزاد اسلامی، ایلام، ایران.

روان‌شناختی»، «هوش کارآفرینانه»، «هوشیاری»، «حمایت‌های محیطی» و «تلاطم» بود که در قالب یک مدل ارائه شدند.

**کلید واژه‌ها:** تشخیص فرصت‌های کارآفرینی، بخش کشاورزی، زنان روستایی، تحلیل مضمون.

### مقدمه

بشر امروزه از یک‌سو با مقوله‌هایی نظیر ضرورت افزایش بهره‌وری، بهبود کیفیت خدمات، کاهش هزینه و از سوی دیگر با افزایش سطح توقعات مشتریان مواجه است. این در حالی است که با ثابت بودن تعداد مشاغل به طور نسبی و افزایش روزافزون جمعیت جویای شغل مواجه است. لذا دغدغه بسیاری از اقتصاددانان و نیز صاحب‌نظران رشته‌های مختلف، آفرینش شغل و خلق فرصت‌های نو بوده است. در واقع محور اصلی سؤال مطرح شده در کارآفرینی، این است که "چرا، چه وقت و چگونه" فرصت‌ها برای خلق کالا و خدمات در زمان‌های آتی، ایجاد می‌شوند (Kordnaeij et al., 2012). از سوی دیگر، کارآفرینی به‌عنوان فرایند پویا تلقی می‌شود که در طی آن فرد کارآفرین از طریق تخصیص مناسب منابع از فرصت‌های به وجود آمده در بازار بهره‌برداری می‌نماید (Gaglio, 2004). این موضوع نشان می‌دهد که علی‌رغم اهمیت کارآفرینی به‌عنوان یک تحول بزرگ اقتصادی، نیل به موفقیت در آن بدون توجه به شناسایی و کشف فرصت‌ها میسر نخواهد بود و این موضوعی است که با اذعان به اهمیت تشخیص صحیح فرصت‌ها، در این مقاله مورد بررسی قرار گرفته است. کوربت (Corbett, 2007) بر این باور است که نبود و فقدان ابزارهای دقیق اندازه‌گیری فرصت‌های کارآفرینانه، مانعی بزرگ، فراروی پیشرفت در زمینه تئوری‌های بنیادی و پژوهشی بوده است و به‌خصوص درباره فرصت‌های گوناگون تاکنون به کار گرفته نشده است.

بر اساس گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی<sup>۱</sup> در سال ۲۰۲۰، نرخ فعالیت‌های کارآفرینانه در ایران ضعیف ارزیابی شده است؛ به‌طوری‌که نرخ فعالیت‌های کارآفرینانه در ایران از ۱۳/۳ درصد در سال ۲۰۱۷ به ۹/۷ درصد در سال ۲۰۱۸ رسیده است (Khoshmaram et al., 2017). همچنین شاخص درک فرصت‌های کارآفرینانه و نیز استفاده از فرصت‌ها با نوسان زیادی طی سال‌های ۲۰۱۷ تا ۲۰۱۹ همراه بوده است (Bosma and Kelly, 2019; Szerb et al., 2018). بر اساس گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی در سال ۲۰۱۸، میزان ادراک فرصت‌های کارآفرینانه در ایران بسیار پایین بوده و ایران رتبه ۴۶ را در بین ۵۰ کشور مورد ارزیابی داشته است (Mehdizadeh et al., 2020).

1. Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

امروزه مقوله کارآفرینی به سرعت در حال گسترش است و توانسته نقش مهمی در زمینه توسعه کسب‌وکار داشته باشد. اهمیت آن به نحوی است که کارآفرینی را قلب فعالیت‌های توسعه اقتصادی تعریف کرده‌اند. یکی از محیط‌های دارای قابلیت مناسب برای توسعه کارآفرینی، محیط‌های روستایی است؛ چراکه روستا قابلیت زیادی در ایجاد انواع کسب‌وکار در بخش‌های سه‌گانه اقتصاد (کشاورزی، صنعت، خدمات) دارد (Ghadermarzi et al., 2015). زنان در بین اقشار مختلف روستایی، به خاطر شرایط اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی، بخشی از نیروهای مؤثر کار و تولید و فعالیت‌های اقتصادی دخیل در اقتصاد خانوار هستند و در برخی موارد، شواهد گویای این نکته است که در محیط‌های روستایی، نقش زنان در فعالیت‌های اقتصادی بسیار مهم‌تر و بیشتر از مردان است. در محیط‌های روستایی زنانی دیده می‌شود که با ابتکار، خلاقیت و نوآوری اقدام به راه‌اندازی کسب‌وکار و یا فعالیت‌های جدید می‌کنند. فراگیری کارآفرینی بین زنان روستایی نیازمند برنامه‌ریزی‌های دقیق‌تری برای شناسایی عوامل کلیدی تأثیرگذار در توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه است. وضعیت کارآفرینی زنان در ایران نشان می‌دهد که علی‌رغم آنکه نیمی از جمعیت جامعه را زنان تشکیل می‌دهند (۴۹/۳۳ درصد کل جمعیت کشور را زنان تشکیل داده و ۱۲/۶۳ درصد از کل جمعیت زنان، روستایی بوده و همچنین، ۴۸/۷۲ درصد کل جمعیت مناطق روستایی را زنان تشکیل می‌دهند)، سهم آن‌ها در فعالیت‌های اقتصادی کشور تنها حدود ۱۷ درصد است و این امر بیانگر آن است که زنان در مسیر کارآفرینی با تهدیدها و موانع زیادی از جمله موانع اقتصادی، اجتماعی، روان‌شناختی، فرهنگی، آموزشی و سیاست‌گذاری روبرو بوده و این موانع در سیستم اشتغال‌زایی زنان به‌ویژه زنان روستایی با توجه به شرایط اجتماعی، فرهنگی و روان‌شناختی خاص مناطق روستایی اختلال ایجاد کرده و می‌کند (Statistical Center of Iran, 2016).

استان ایلام با توجه به قابلیت‌هایی چون آب و هوای مناسب و وجود چهار اقلیم، منابع آبی، بارندگی مناسب و همچنین خاک حاصلخیز، سرشار از فرصت‌ها و پتانسیل‌های اشتغال‌زایی در بخش کشاورزی است. پرواضح است که در شرایط مذکور تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی و ارتقای قابلیت مذکور در افراد به‌منظور توسعه کارآفرینی کشاورزی و کاهش آمار بیکاری از اهمیت بالایی برخوردار است. اما علی‌رغم اهمیت این موضوع، بحث در خصوص تشخیص فرصت کارآفرینی زنان در بخش کشاورزی از سوی محققان چندان مورد توجه قرار نگرفته است. نظر به اینکه کارآفرینی به‌عنوان ظرفیت کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های سودآور در بازار رقابتی است، لذا پایین بودن نرخ درک و شناخت فرصت‌های کارآفرینی در نزد کارآفرینان ایرانی بسیار قابل تأمل است. بر این اساس می‌توان چنین استنباط نمود که یکی از دلایل عمده کاهش نرخ اشتغال در نزد

زنان در بخش کشاورزی، عدم شناسایی پتانسیل‌ها و فرصت‌های موجود در این بخش است. بنابراین یکی از بهترین راه‌ها برای حل معضل اشتغال و توسعه کارآفرینی در نزد قشر جویای شغل در بخش کشاورزی و به‌خصوص زنان روستایی، ارتقای قابلیت‌های تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در نزد آنان است. با وجود اهمیت این موضوع، بحث در خصوص تشخیص فرصت‌های کارآفرینی از سوی پژوهشگران چندان مورد بررسی قرار نگرفته است. از این رو شناسایی و مدل‌سازی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی برای زنان روستایی کارآفرین از اهمیت و ضرورت بالایی برخوردار است. این پژوهش به دنبال یافتن پاسخ برای این سؤال خواهد بود که چه ابعاد و مؤلفه‌هایی در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در نزد زنان روستایی کارآفرین بایستی مد نظر قرار گیرد؟ و مدل تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در نزد زنان روستایی چگونه است؟

## مروری بر مبانی نظری

### مفاهیم تحقیق

#### پیشران‌ها

مجموعه‌ای از نیروهای شکل‌دهنده آینده‌اند که به‌صورت جهانی، ملی یا محلی بر آینده حوزه‌های مختلف تأثیر می‌گذارند. پیشران‌ها به‌صورت غیرمستقیم بر آینده حوزه‌های اجتماعی، فناوری، اقتصادی، زیست‌محیطی و سیاسی تأثیر می‌گذارند. پیشران‌ها را می‌توان از درهم کنش چهار مؤلفه ذیل شناسایی کرد: روندها، رویدادها، تصاویر<sup>۱</sup>، اقدام‌ها<sup>۲</sup>.

روندها و رویدادها شناخته شده‌ترین واژه‌های آینده هستند که بر دو ویژگی آینده متمرکزند. روند، پیوستگی تاریخی و زمانی را نشان می‌دهد و رویدادها بر گسستگی‌های تاریخی تأکید می‌ورزند. روندها، تغییرات منظم در داده‌ها یا پدیده‌ها در خلال زمان است. روندها از گذشته آغاز می‌شوند و تا آینده ادامه می‌یابند. اما رویدادها برخلاف روندها، حاصل اتفاق یا حادثه‌اند که به شدت بر روندها و به‌طور کل، بر آینده تأثیر می‌گذارند. تصاویر حاصل برداشت یا درخواست افراد و گروه‌های گوناگون در مورد آینده است و در نهایت، اقدامات مؤثر از تصاویر ذهنی بازیگران مختلف از آینده، شکل می‌گیرد. تصاویر به‌صورت‌های گوناگونی انتشار می‌یابد؛ از جمله در استعاره‌هایی که بازیگران به کار می‌گیرند،

1. Trends
2. Events
3. Images
4. Actions

سخنرانی‌ها، گفتگوها و سناریوهایی که از طرف اشخاص و بازیگران مختلف تهیه می‌شود (Hashemian, 2000).

### تشخیص فرصت

تشخیص فرصت به‌عنوان توانایی شناخت یک ایده خوب و انتقال آن به کسب‌وکار به گونه‌ای که ارزش افزوده و درآمد تولید کند، تعریف شده است (Corbett, 2007). تشخیص فرصت در پژوهش حاضر، منظور توانایی زنان کارآفرین روستایی جهت شناخت ایده‌های خوب و انتقال آن‌ها جهت ایجاد کسب‌وکار و کسب درآمد است.

### کارآفرینی زنان

آسکون و الدریم (Askun & Yildirim, 2011) و ژیور (Djiver, 2009) کارآفرینی زنان را فعالیت زنانه دانسته که در زمینه خوداشتغالی مشارکتی، خوداشتغالی مستقل، کارفرمایی و کسب‌وکارهایی با مالکیت انحصار صورت می‌گیرد. همچنین مهرانی (Mehrani, 2011) زنان کارآفرین را زنانی دانسته که به تنهایی یا با مشارکت، کسب‌وکاری ایجاد کرده و با قبول خطرهای مالی، اجتماعی، اخلاقی و روانی با خلاقیت و نوآوری محصولات جدیدی را تولید می‌کنند تا در بازار بر رقبا غلبه کنند.

سرمایه انسانی یکی از عوامل تأثیرگذار بر تشخیص فرصت است (Khoshmaram et al., 2014). سرمایه انسانی، دانش کارآفرینانه‌ای است که از طریق آموزش، تجربه و یا هر دو به دست می‌آید. از آنجایی که دانش کسب شده از طریق آموزش و یا تجربه به یک اندازه میان همه انسانها توزیع نشده، لذا می‌توان دریافت که یکی از دلایل تشخیص فرصت توسط برخی افراد، اختلاف در میزان سرمایه انسانی است (Shane & Venkataraman, 2000; Pourjavid et al., 2020). توانایی تشخیص فرصت با برخی از متغیرهای سرمایه انسانی نظیر تحصیلات، تجربه کارآفرینی (Dimov, 2003) و دانش قبلی (Shepherd & DeTienne, 2005) ارتباط دارد. سرمایه اجتماعی (Audretsch et al., 2011) و شبکه‌های اجتماعی (Salmani Hoang & Young, 2000) از دیگر عوامل تأثیرگذار بر شناسایی فرصت هستند (Cheraghabadi et al., 2021).

عوامل محیطی از دیگر مواردی است که بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی تأثیر می‌گذارد. برخی از عوامل محیطی که در سطح کلان می‌توانند بر فرایند شناسایی فرصت تأثیر بگذارند عبارتند از: رشد اقتصادی جامعه، زمینه سیاسی و اجتماعی، موقعیت جغرافیایی و ارزش‌های فرهنگی. اقتصاددانان معتقدند که هرگونه تغییری در فناوری، آداب و رسوم اجتماعی، فضای سیاسی و شرایط

جمعیت‌شناختی منجر به خلق مجموعه جدیدی از اطلاعات می‌شود که به فرایند شناسایی، کشف یا خلق فرصت کمک می‌کند (Khoshmaram et al., 2017).

در پژوهش‌های متعددی به موضوع تشخیص فرصت‌های کارآفرینی اشاره شده است. اگرچه مطالعات مختلفی در داخل و خارج از کشور درباره عوامل تأثیرگذار بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی انجام شده است، اما بیشتر این مطالعات تنها چند عامل محدود را بررسی کرده‌اند. از این رو ادبیات موجود در این زمینه بسیار پراکنده است.

باگاتوالا و همکاران (Bhagavatula et al., 2010) و خسروی و همکاران (Khosravi et al., 2022) از محققانی هستند که تأثیر سرمایه انسانی و اجتماعی را بر تشخیص فرصت و بسیج منابع در صنایع بافندگی هند، مورد مطالعه قرار داده‌اند. یافته‌های تحقیق آنان نشان داد که سرمایه انسانی هم به طور مستقیم و هم به طور غیرمستقیم از طریق سرمایه اجتماعی بر تشخیص فرصت‌ها و بسیج منابع تأثیر می‌گذارد. عزیزی و همکاران (Azizi et al., 2012) در پژوهشی تحت عنوان عوامل فردی و اجتماعی مؤثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین کارآفرینان برتر ملی و کارآفرینان برتر استان تهران به این نتیجه دست یافتند که خلاقیت، خودکارآمدی، پیوندهای ضعیف اجتماعی و هوشیاری تأثیر مثبتی بر تشخیص فرصت دارد. این در حالی است که تأثیر عواملی نظیر دانش پیشین، پیوندهای قوی و کمک مربیان بر تشخیص فرصت تأیید نشد. نتایج مطالعات مختلف نشان داد عواملی نظیر هوشیاری، عوامل ژنتیکی، خلاقیت، ریسک‌پذیری، حس کنجکاوی، تخیل، روشنفکری، استقلال‌طلبی، نیاز به پیشرفت، خودکارآمدی و مرکز کنترل درونی به افراد در تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه کمک می‌کند (Khoshmaram et al., 2014). هوشیاری که به‌عنوان مرکز ثقل مطالعات تشخیص فرصت در نظر گرفته شده است (Zahra et al., 2009) در برگرفته سه بعد اساسی پویا و جست‌وجوی اطلاعات جدید، ارتباط و اتصال این اطلاعات با دانسته‌های مختلف قبلی و ارزیابی و قضاوت درباره این است که آیا این اطلاعات جدید گویای یک فرصت جدید است یا خیر. جست‌وجوی نظام‌مند که به معنای کشف فرصت‌ها با استفاده از مجموعه‌ای از اطلاعات شناخته شده است (Zahra et al., 2009)، از دیگر عوامل مؤثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی به شمار می‌رود. در مطالعه جرج و همکاران (George et al., 2016) شش عامل جست‌وجوی فعال، هوشیاری، دانش پیشین، سرمایه اجتماعی، عوامل محیطی و ویژگی‌های شناختی و فردی به‌عنوان عوامل تأثیرگذار بر تشخیص فرصت شناخته شده‌اند. نتایج مطالعه میرواحدی و همکاران (Mirvahedi et al., 2017) نشان داد عوامل مؤثر بر شناسایی فرصت، ترکیبی از عوامل فردی (دانش پیشین، احساس خودکارآمدی، خلاقیت، جست‌وجوی منظم فرصت‌ها، انگیزه و هوشیاری



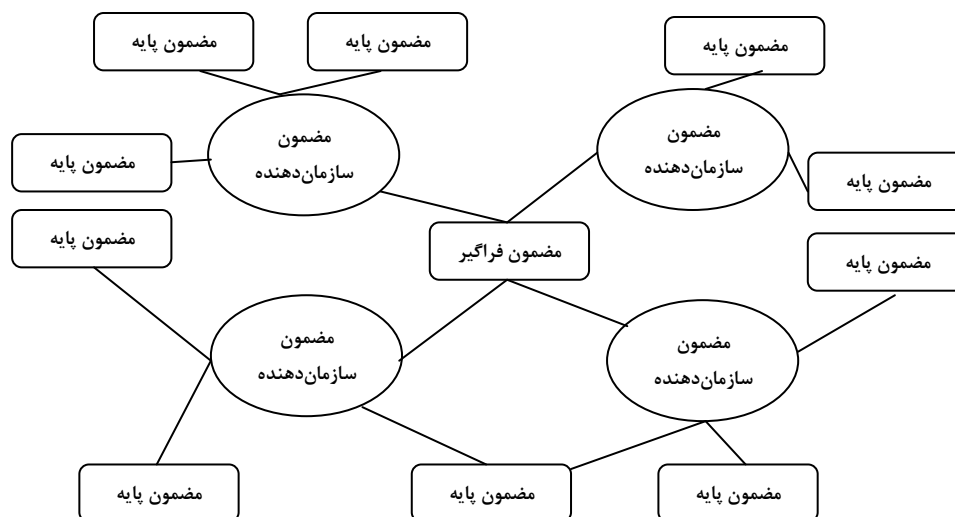
کارآفرینانه) و عوامل اجتماعی (آموزش و مربیگری، جریان‌های اطلاعاتی، مالکیت فکری، نیروهای پیش‌برنده، سرمایه فکری، شبکه ارتباطات اجتماعی و یادگیری اجتماعی) است و این عوامل بر دو رویکرد خلق فرصت و کشف فرصت اثرگذارند. لذا از یک سو به دلیل اهمیت پدیده کارآفرینی در توسعه و عدم بررسی و پژوهش لازم به‌خصوص در زمینه کشاورزی و روستایی و از سوی دیگر ضرورت واکاوی عوامل مؤثر بر میزان موفقیت کارآفرینان روستایی، به‌منظور توانمندسازی، آموزش، حمایت و ترویج روحیه کارآفرینی و بهینه‌سازی منابع، اهمیت پژوهش پیرامون این موضوع را آشکار می‌نماید. همچنین با وجود اینکه پژوهش‌های فراوانی به‌صورت پراکنده در خصوص کارآفرینی روستایی صورت گرفته است، اما تاکنون پژوهشی در این زمینه برای شناسایی پیشران‌های تشخیص فرصت‌های کارآفرینی زنان روستایی کارآفرین با روش‌شناسی تحلیل مضمون، صورت نگرفته است. هدف اصلی پژوهش حاضر شناسایی پیشران‌های تشخیص فرصت‌های کارآفرینی زنان روستایی کارآفرین بخش کشاورزی استان ایلام است. لذا مهم‌ترین دستاوردی که این مطالعه در پی خواهد داشت، فراهم نمودن بستری برای ارتقای قابلیت تشخیص فرصت در بین کارآفرینان زن در بخش کشاورزی و سایر افراد علاقه‌مند به سرمایه‌گذاری و اشتغال در این بخش است.

### روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر بر اساس هدف، کاربردی و به لحاظ فلسفه پژوهش، از نوع تفسیری است. همچنین از نظر روش، کیفی و دارای رویکرد استقرایی است. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته و تحلیل متون مورد استفاده از روش تحلیل مضمون استفاده شد. تحلیل مضمون فرایندی برای تحلیل اطلاعات کیفی است و در اکثر روش‌های کیفی به کار می‌رود (Namamian et al., 2017). از آنجاکه روش تحلیل مضمون به بررسی و تحلیل متن می‌پردازد، جمع‌آوری اطلاعات در قالب چرخه‌های برداشت از متن انجام می‌شود (Namamian et al., 2017). در واقع، محقق با طی کردن مسیر رفت و برگشتی درون متن، به درک بهتری از متن می‌رسد. این مسیر تا جایی دنبال می‌شود که درکی قابل قبول با کمترین تناقض درونی از متن ایجاد شود (Patton, 2002). مضمون مبین اطلاعات مهمی درباره داده‌ها و پرسش‌های پژوهش است و تا حدی معنی و مفهوم الگوی موجود در مجموعه‌ای از داده‌ها را نشان می‌دهد (Braun & Clark, 2006). تحلیل مضمون یک راهبرد تقلیل و تحلیل داده‌ها و نیز تقسیم‌بندی، طبقه‌بندی، تلخیص و بازسازی داده‌های کیفی است. پژوهشگر در این روش به دنبال یافتن الگوهای تکراری معنادار است. تکرار یعنی حداقل در دو مورد از متن بتوان موضوعی را دریافت کرد (Kamali, 2018). این روش،

بر اساس رویه‌ای مشخص و در سه سطح مضامین پایه (کدها و نکات کلیدی در متن)، مضامین سازمان‌دهنده (مضامین به دست آمده از ترکیب و تلخیص مضامین پایه) و مضامین فراگیر (مضامین عالی دربرگیرنده اصول حاکم بر متن به‌عنوان یک کل) را به‌صورت نظام‌مند و نقشه‌ای از کل مضامین ارائه می‌کند که در آن، مضامین با توجه به رابطه اعم و اخص با یکدیگر، جای‌گذاری شده‌اند (Striling, 2001). برای دستیابی به اهداف پژوهش کیفی و استخراج شاخص‌های مرتبط با تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه، از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با رویکرد اکتشافی استفاده شد. به این منظور، با پنج نفر از زنان نمونه کارآفرین سال ۱۳۹۸ استان، شش نفر از اساتید حوزه کارآفرینی و آشنا با مسائل کشاورزی و شش نفر از کارکنان سازمان‌های جهاد کشاورزی دست‌اندرکار کارآفرینی و دارای سابقه خدمتی بالاتر از پانزده سال خدمت، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته صورت گرفت. انتخاب مصاحبه به این دلیل بود که در این روش علاوه بر امکان تبادل نظر، می‌توان بحث درباره موضوع را در راستای دستیابی به اهداف پژوهش هدایت نمود (Narimani & Waezi, 2017). برای انتخاب نمونه از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی هدفمند قضاوتی با رویکرد نمونه‌گیری گلوله برفی استفاده شد. انتخاب نمونه‌ها تا حصول کفایت و اشباع داده‌ها و اطمینان از اینکه نمونه‌های بعدی اطلاعات متمایزی به دست نمی‌دهند، تداوم یافت. در این مطالعه با هفده نفر مصاحبه شد که از مصاحبه چهارده به بعد، تکرار در اطلاعات دریافتی مشاهده شد و از مصاحبه شانزده به بعد داده‌ها کاملاً تکراری و به اشباع نظری رسیده بود؛ اما برای اطمینان از کفایت داده‌ها تا مصاحبه هفده ادامه یافت.

تحلیل مضمون مجموعه گسترده‌ای از روش‌ها و فنون (قالب مضامین، ماتریس مضامین، شبکه مضامین و تحلیل مقایسه‌ای) را دربرمی‌گیرد. در این مطالعه، روش شبکه مضامین روش مناسبی برای تحلیل مضمون تشخیص داده شد. آنچه شبکه مضامین عرضه می‌کند، نقشه‌ای شبیه تارنما به مثابه اصل سازمان‌دهنده و روش نمایش است. شبکه مضامین، بر اساس روند مشخص، مضامین پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر را نظام‌مند می‌کند، سپس این مضامین به‌صورت نقشه‌های شبکه تارنما، رسم و مضامین برجسته هر یک از این سه سطح همراه با روابط میان آن‌ها نشان داده می‌شود. شبکه‌های مضامین به‌صورت گرافیکی و شبیه تارنما نشان داده می‌شوند تا تصور وجود هرگونه سلسله‌مراتب میان آن‌ها از بین برود، باعث شناوری مضامین شود و بر وابستگی و ارتباط متقابل میان شبکه تأکید شود (Namamian et al., 2017). گفتنی است شبکه مضامین رویه‌ای برای تهیه مقدمات تحلیل یا ارائه نتایج پایانی نیست، بلکه تکنیکی برای شکستن متن و یافتن نکات معقول و برجسته درون متن است (Vaezi et al., 2018). ساختار شبکه مضامین در شکل ۱ نشان داده شده است.



شکل ۱. ساختار شبکه مضامین

مأخذ: Vaezi et al., 2018

برای بررسی روایی و پایایی مرحله کدگذاری تحلیل محتوای کیفی از روش سازمان‌دهی لینکون و گوبا (Lincoln and Guba, 1985) استفاده شد که شامل چهار معیار اعتبارپذیری، انتقال‌پذیری، قابلیت اطمینان و تأییدپذیری است. برای حصول اطمینان بیشتر از پایایی نتایج، به طور مضاعف از تکنیک بررسی توافق درون موضوعی دو کدگذار استفاده شد (Stenbacka, 2001). به این منظور، از یک استاد دانشگاه که بر موضوع پژوهش اشراف داشت، درخواست شد به‌عنوان همکار پژوهش (کدگذار) در این تحقیق مشارکت کند. سپس محقق به همراه همکار پژوهش، سه مصاحبه را کدگذاری کرد و درصد توافق درون موضوعی را که به‌عنوان شاخص پایایی پژوهش به کار می‌رود، با استفاده از فرمول زیر محاسبه کرد:

$$۱۰۰ \times \text{تعداد کل کدها} / ۲ \times \text{تعداد توافقات به‌دست‌آمده} = \text{درصد توافق درون گروهی}$$

به‌منظور استخراج میزان و تعداد توافقات، پرسش‌نامه‌ای حاوی عناوین مضامین، به همراه نمونه‌های کدگذاری باز در اختیار مشارکت‌کنندگان تحقیق قرار گرفت و میزان توافقات از طریق پرسش‌های گزینه‌ای تطابق زیاد، متوسط و کم مورد سؤال واقع شد. چنانچه مشارکت‌کننده گزینه کم یا متوسط را انتخاب نماید، به معنای عدم توافق و در صورتی که گزینه زیاد را برگزیند، به معنای توافق است (Vaezi et al., 2018). بنابر آنچه گفته شد، سؤال اصلی مصاحبه‌ها در تحقیق حاضر پیرامون شناسایی مدل پیشران‌های تشخیص فرصت‌های کارآفرینی زنان کارآفرین روستایی است.

جدول ۱. محاسبه پایایی بین دو کدگذار

ردیف	کد مصاحبه	تعداد کدها	تعداد توافقات	پایایی دو کدگذار
۱	۱۱	۲۱	۹	۰/۸۶
۲	۱۲	۲۶	۱۱	۰/۸۵
۳	۱۳	۲۲	۸	۰/۷۳
	کل	۶۹	۲۸	۰/۸۱

مأخذ: یافته‌های پژوهش

همان‌طور که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، پایایی بین دو کدگذار برای مصاحبه‌های انجام گرفته در پژوهش، برابر ۰/۸۱ است و می‌توان ادعا کرد که میزان پایایی تحلیل مصاحبه مناسب است. اندازه معمول ضریب پایایی مورد پذیرش برای اکثر تحقیقات بین ۸۰ تا ۱۰۰ درصد است و تحقیقاتی که ضریب پایایی آنها کمتر از ۷۰ درصد باشد، برای تفسیر دستاوردهای خود و تکرار تحقیق با مشکل مواجه خواهند شد (Raif, 2002; Vaezi et al., 2018)

## نتایج و بحث

### تحلیل مصاحبه‌ها

پژوهشگر در نخستین گام با رعایت اصول اخلاقی پژوهش‌های کیفی و رضایت کامل مصاحبه‌شوندگان، مصاحبه‌ها را ضبط نمود. ابتدا نخستین مصاحبه به طور دقیق به متن برگردانده شد و کدگذاری به صورت پاراگراف به پاراگراف انجام شد. نکات کلیدی در متن مصاحبه‌ها در رابطه با تشخیص فرصت‌های کارآفرینی، احصاء شد و پس از کدگذاری اولیه تا سطح تعیین مضامین پایه ادامه یافت. این روند تا مصاحبه هفدهم و اشباع نظری به کار گرفته شد. در این مرحله از متن مصاحبه‌ها، ۱۲۴ کد اولیه که قدرت مفهومی بیشتری داشتند، استخراج شد.

در گام دوم، مضامین پایه از کدهای مفهومی استخراج شدند که هم‌زمان با اشباع نظری و با تعیین شباهت‌ها و تفاوت‌ها، ۹۷ کد مفهومی و ۲۵ مضمون پایه شناسایی شدند. در گام سوم، مضامین پایه دارای بیشترین قرابت معنایی و مفهومی کنار یکدیگر قرار گرفتند و تعداد ۷ مضمون سازمان‌دهنده از آنها احصاء شد. در حقیقت، مضامین سازمان‌دهنده (اصلی) همان پاسخ به سؤالات استخراج شده پژوهش از داده‌های کیفی بودند (Abedi et al., 2011). در مجموع، ۷ مضمون سازمان‌دهنده از مجموع ۲۵ مضمون پایه مبین تشخیص فرصت‌های کارآفرینی، شناسایی شدند (جدول ۲).

پیشران‌های تشخیص فرصت‌های کارآفرینی....

جدول ۲. نتایج احصاء، تناسب و عدم تناسب مضامین سازمان‌دهنده از مضامین پایه و فراوانی تکرار مضامین فرعی (پایه)

تأیید / رد تناسب	میانگین (درصد تناسب)	مضامین سازمان‌دهنده	فراوانی تکرار	مضامین پایه	کدهای مفهومی
تأیید	۸۶	سرمایه اجتماعی	۸	پیوندی	گرفتن ایده اولیه از همسر
تأیید	۸۴				ارتباطات اجتماعی گسترده
تأیید	۸۶				بازدیدهای ملی و بین‌المللی
تأیید	۹۰				اتکاء به شبکه‌های غیررسمی
تأیید	۷۷				اتکاء به مربیان
تأیید	۷۸				اتکاء به خانواده و دوستان نزدیک
تأیید	۷۹				مشاوره با استادان دانشگاه
تأیید	۸۰				ارتباط با مربی دوره آموزشی و کسب اطلاعات از او
تأیید	۸۲				شرکت در اجتماعات حرفه‌ای
تأیید	۸۳				ارتباط با مشاوران پارک علم و فناوری
تأیید	۷۸	تلاطم‌ها	۹	اتصال	علاقه به ایجاد فرصت‌های شغلی برای دیگران
تأیید	۸۲				علاقه به تولید غذای سالم
تأیید	۷۹				ورشکستگی
تأیید	۸۴				محرومیت از تحصیل
تأیید	۸۶				اخراج از کار
تأیید	۹۴				تأمین هزینه‌های تحصیل و خانواده/سرپرستی خانوار
تأیید	۹۵				تغییرات اقلیمی مرتبط با بخش کشاورزی
تأیید	۹۶				نوآور بودن
تأیید	۸۸				تلاش برای تغییر وضعیت موجود شکستن عادت‌ها
تأیید	۸۷				شکستن عادت‌ها
تأیید	۸۶	ویژگی‌های روان‌شناختی	۱۱	استقلال طلبی	رئیس خود بودن
تأیید	۷۸				علاقه به خوداشتغالی
تأیید	۷۹				لذت از تفکر
تأیید	۷۷				داشتن روحیه پرسشگری
تأیید	۷۶				توانایی استفاده از ظرفیت‌های موجود
تأیید	۷۷				توانایی پیش‌بینی نیاز بازار در آینده
تأیید	۷۷				خودکارآمدی
تأیید	۷۷				تشخیص فرصت
تأیید	۷۷				تشخیص فرصت
تأیید	۷۷				تشخیص فرصت

تأیید / رد تناسب	میانگین (درصد تناسب)	مضامین سازمان دهنده	فراوانی تکرار	مضامین پایه	کدهای مفهومی
تأیید	۸۳				قابلیت‌های جذب‌کننده
تأیید	۸۶				شناخت ارتباطات غیررسمی
تأیید	۸۴		۱۸	توانایی فهم و	توانایی دسته‌بندی اطلاعات
تأیید	۸۵			سازمان‌دهی اطلاعات	ارتباطات و الگوسازی
تأیید	۸۸				فهم و درک فرایندها
تأیید	۹۴				ارزیابی اطلاعات به‌صورت دقیق
تأیید	۹۶				حمایت دولت از کارآفرینان
تأیید	۹۴				در نظر گرفتن مالیات‌های اندک
تأیید	۹۵		۱۲	سیاسی	برای کسب‌وکارهای کشاورزی نبود امکان استخدام در ادارات دولتی
تأیید	۹۶	حمایت‌های محیطی			وجود تحریم‌ها
تأیید	۹۸				نگاه مثبت جامعه به کارآفرینان
تأیید	۹۸		۱۵	اجتماعی-فرهنگی	حمایت معنوی جامعه از کارآفرینان
تأیید	۸۶				نرخ کم سود سپرده‌های بانکی
تأیید	۸۸		۲۰	مالی	اعطای تسهیلات مشارکتی با سود اندک
تأیید	۹۲				فرصت‌شناسی
تأیید	۹۳				خوش‌بینی
تأیید	۸۴				هدفمندی
تأیید	۷۸				دوراندیشی
تأیید	۷۷		۱۲	بینش کارآفرینانه	امید
تأیید	۷۸				ذهن خلاق
تأیید	۷۶				تجربه‌اندوزی
تأیید	۸۲				دغدغه داشتن
تأیید	۸۳				اطمینان به هدف
تأیید	۸۵	هوش کارآفرینانه			پیشرفت‌طلبی
تأیید	۸۸				خودشناسی
تأیید	۸۷				فکر باز
تأیید	۷۴		۱۵	هوش شناختی	ثبات روانی
تأیید	۷۵				هوشمندی هیجانی
تأیید	۷۳				اعتمادبه‌نفس
تأیید	۷۲				استقلال فکری
تأیید	۷۲		۱۴	هوش اجتماعی	خودثباتی
تأیید	۷۴				پشتیبان‌یابی

پیشران‌های تشخیص فرصت‌های کارآفرینی.....

تأیید/ رد تناسب	میانگین (درصد تناسب)	مضامین سازمان‌دهنده	فراوانی تکرار	مضامین پایه	کدهای مفهومی
تأیید	۷۵				شوق‌انگیزی
تأیید	۷۴				حق‌طلبی
تأیید	۷۴				جسارت‌مندی
تأیید	۷۵				دور از انتظار بودن
تأیید	۸۰				بازآفرینی
تأیید	۸۲				پویایی
تأیید	۸۴		۱۰	هوش جسورانه	ظرفیت‌سازی
تأیید	۸۵				تنوع نقش‌ها
تأیید	۸۶				ابتکار عمل
تأیید	۷۰				تعیین‌کنندگی
تأیید	۷۵				پیشرفت‌طلبی
تأیید	۷۸				تاب‌آوری
تأیید	۷۹		۹	هوش برانگیزاننده	بلندپروازی
تأیید	۸۳				خودانگیختگی
تأیید	۸۸				اشتیاق شغلی
تأیید	۸۷				پشتکار
تأیید	۸۵				جست‌وجوی اطلاعات در اینترنت
تأیید	۷۶				توجه به جزئیات در محیط اطراف
تأیید	۷۷		۱۰	جست‌وجوی فعال اطلاعات	جست‌وجو برای یافتن یک فرصت شغلی مناسب
تأیید	۷۸				داشتن نگاهی متفاوت به دنیا
تأیید	۷۹		۱۰	برقراری ارتباط میان اطلاعات جدید با دانسته‌های قبلی	کشف ایده کسب‌وکار به کمک اطلاعات جدید و قبلی
تأیید	۸۲				داشتن دید اقتصادی
تأیید	۸۴	هوشیاری	۱۳	ارزیابی و قضاوت اطلاعات	تمیزدادن اطلاعات درست و درخور اعتماد از دیگر اطلاعات
تأیید	۸۲				گروه‌های ضعیف
تأیید	۸۴				شراکت‌ها
تأیید	۸۱		۱۴	شبکه‌های اجتماعی	مجموعه فعالیت‌ها
تأیید	۸۰				حلقه داخلی
تأیید	۸۹				دانش پیشین فناوری
تأیید	۸۹				دانش پیشین بازار
تأیید	۸۶		۱۵	دانش پیشین	دانش پیشین مشکلات مشتری
تأیید	۸۵				دانش پیشین در زمینه نحوه خدمت به بازار

تأیید / رد تناسب	میانگین (درصد تناسب)	مضامین سازمان دهنده	فراوانی تکرار	مضامین پایه	کدهای مفهومی
تأیید	۸۴				تحصیلات
تأیید	۸۵				شرکت در همایش‌ها و سمینارها
تأیید	۸۵				شرکت در کلاس‌ها و دوره‌های آموزشی
تأیید	۸۷	سرمایه انسانی	۱۷	دانش شناختی	مطالعه کتاب‌ها و مجلات
تأیید	۸۸				شرکت در دوره کارآموزی
تأیید	۹۰				اطلاع از نیازها و کمبودهای بازار و منطقه محل سکونت
تأیید	۹۲		۱۶	تجربه	کار در کارخانه
تأیید	۹۱				پیشینه خانوادگی

مأخذ: یافته‌های پژوهش

### نام‌گذاری مضامین

در پژوهش حاضر، سرمایه اجتماعی، سرمایه انسانی، حمایت‌های محیطی، هوشیاری، تلاطم و ویژگی‌های روان‌شناختی به‌عنوان مضمون‌های سازمان‌دهنده شناسایی شدند که نقش اساسی را در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی زنان کارآفرین روستایی در بخش کشاورزی استان ایلام ایفا می‌کنند. در ادامه به تشریح مضمون‌های سازمان‌دهنده به‌منظور دستیابی به مضامین پایه و قرار دادن در مدل تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین زنان کارآفرین روستایی استان ایلام پرداخته شد.

### سرمایه اجتماعی

زنان کارآفرین بخش کشاورزی استان ایلام طی مصاحبه‌های خود در خصوص چگونگی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی به مفاهیمی اشاره کردند که با توجه به قرابت معنایی، این مفاهیم در مضامین پایه پیوندی، اتصالی و نوع‌دوستی و مضمون سرمایه اجتماعی جای گرفتند. از نگاه افراد مطالعه شده، روابط آنان با خانواده، اقوام، دوستان و دیگر نزدیکان (پیوندی) و همچنین ارتباطات اتفاقی با افراد مختلف (اتصالی)، اطلاعات گسترده، مفید و جدیدی را در اختیار آنان قرار داده بود که به شناسایی فرصت‌های کارآفرینان در بخش کشاورزی کمک کرده بود. در خصوص نوع‌دوستی، یکی از مصاحبه‌شوندگان این‌گونه بیان کرد: "اگرچه در زمینه تولید بیشتر محصولات، تخصص و تجربه دارم، اما در حال حاضر در حال توسعه کشت زعفران هستم؛ چون می‌تواند موجب اشتغال بخش وسیعی از جمعیت بیکار روستا بشود". در واقع، بیشتر کارآفرینان مطالعه شده در این پژوهش در مصاحبه‌های خود به نقش مهم و تأثیرگذار سرمایه اجتماعی در شناسایی



فرصت و راه‌اندازی کسب‌وکارهای کارآفرینانه خود اشاره کردند و برخی از آنان معتقد بودند که بدون برقراری ارتباط با دیگران، نمی‌توان فرصت واقعی و درستی را شناسایی کرد.

### سرمایه انسانی

همچنین با توجه به قرابت معنایی برخی مفاهیم اشاره شده توسط زنان کارآفرین روستایی استان ایلام در مصاحبه‌های خود در خصوص چگونگی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی می‌توان آن‌ها را در مضامین پایه دانش، تجربه و مضمون سازمان‌دهنده سرمایه انسانی جای داد. در این راستا، یافته‌های پژوهش نشان داد دانش افراد (اعم از رسمی و غیررسمی، بازار، مشکلات مشتریان و...) و همچنین تجارب کاری آنان در گذشته (اعم از فردی یا سوابق خانوادگی) در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی اهمیت بسیاری دارد. اهمیت سرمایه انسانی در شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه کشاورزی از نگاه افراد مطالعه شده تا حدی بود که حتی برخی از آنان معتقد بودند که حضورشان در مجامع علمی (نظیر دانشگاه‌ها و سمینارها) موجب آشنایی و برقراری ارتباط با افراد صاحب‌نظر (نظیر استادان دانشگاه و...) شده که در شناسایی فرصت‌ها و راه‌اندازی کسب‌وکارهای کارآفرینانه به آن‌ها کمک کرده است.

### حمایت‌های محیطی

زنان کارآفرین روستایی استان ایلام طی مصاحبه‌های خود درباره چگونگی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی به مفاهیم دیگری نیز اشاره کردند که این مفاهیم را می‌توان در مضامین پایه حمایت سیاسی، حمایت اجتماعی، فرهنگی و حمایت مالی و مضمون سازمان‌دهنده حمایت‌های محیطی جای داد. در این راستا، یکی از مصاحبه‌شوندگان چنین اظهار داشت: "زمانی که متوجه شدم دولت وام‌های مشارکتی با سود چهار درصد در اختیار روستاییان قرار می‌دهد، به فکر راه‌اندازی یک کسب‌وکار گروهی افتادم". همچنین برخی از افراد معتقد بودند که جایگاه ویژه و خاص زنان کارآفرین در عرصه اجتماع، تمایل و علاقه آنان را برای کارآفرینی و شناسایی فرصت‌ها در بخش کشاورزی افزایش می‌دهد. زنان کارآفرین روستایی استان ایلام بر این باور بودند که کاهش ارزش سپرده‌های موجود در بانک می‌تواند یکی از عواملی باشد که در شناسایی فرصت‌های تولیدی در بخش کشاورزی و راه‌اندازی کسب‌وکارهای کارآفرینانه به افراد کمک کند.

### هوشیاری

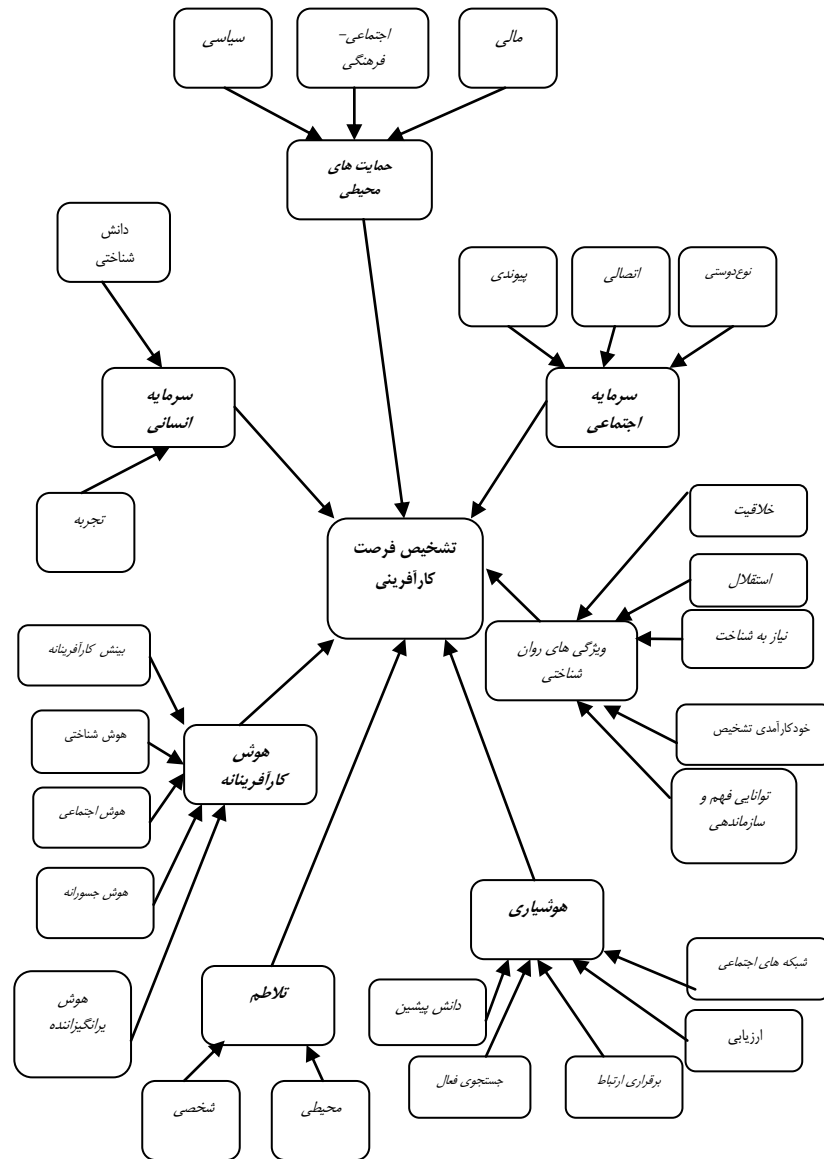
زنان کارآفرین روستایی استان ایلام در مصاحبه‌های خود درباره چگونگی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی به مفاهیمی اشاره کردند که با توجه به قرابت معنایی، در مضامین پایه جست‌وجوی فعال اطلاعات، برقراری ارتباط بین اطلاعات جدید با دانسته‌های قبلی و ارزیابی و قضاوت اطلاعات و مضمون سازمان‌دهنده هوشیاری جای گرفتند. کارآفرین همواره در جست‌وجوی کسب اطلاعات نو در محیط است تا به واسطه آن بتواند فرصت‌های جدیدی را در بخش کشاورزی شناسایی کند. او باید بتواند میان اطلاعات و دانسته‌های قبلی خود ارتباط منطقی برقرار کند و صحت و سقم اطلاعات یاد شده را ارزیابی کند. مشاهدات و یافته‌های میدانی بیانگر این واقعیت مهم بود که زنان کارآفرین، تشخیص فرصت‌های کارآفرینی استان ایلام را مستلزم وجود هوشیاری در فرد می‌دانند. در بیشتر مصاحبه‌ها، شناسایی فرصت توسط کارآفرین منوط به وجود حداقل یکی از ابعاد هوشیاری در او بود.

### ویژگی‌های روان‌شناختی

همچنین با توجه به برخی مفاهیم اشاره شده توسط زنان کارآفرین روستایی استان ایلام در مصاحبه‌ها می‌توان آن‌ها را در مضامین پایه خلاقیت، استقلال‌طلبی، نیاز به شناخت و خودکارآمدی و مضمون سازمان‌دهنده ویژگی‌های روان‌شناختی جای داد. در واقع می‌توان چنین استنباط کرد که از نگاه کارآفرینان، ویژگی‌های روان‌شناختی نقش انکارناپذیری در شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه کشاورزی توسط آنان داشته است.

### تلاطم

برخی دیگر از مفاهیم اشاره شده توسط زنان کارآفرین روستایی استان ایلام در مضامین پایه تلاطم شخصی و تلاطم محیطی و مضمون سازمان‌دهنده تلاطم جای گرفتند. در این راستا، یکی از کارآفرینان بیان کرد: "وقوع جنگ تحمیلی ما را از روستا و محل سکونتمان آواره کرد و همین موضوع باعث شد من از تحصیل محروم بشم. همیشه احساس کمبود می‌کردم و دوست داشتم به هر نحوی شده این کمبود را جبران کنم. بالاخره وقتی بچه‌هام بزرگ شدن، فرصتی دست داد تا کسب‌وکاری راه‌اندازی کنم". برخی دیگر از زنان کارآفرین، تغییرات اقلیمی و چالش‌های محیطی را بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی مؤثر دانسته‌اند. به‌عنوان مثال یکی از کارآفرینان معتقد بود: "با توجه به خشکسالی‌های اخیر و نیاز شدید کشور به گیاهان مقاوم به شرایط کم‌آبی، به فکر تحقیق، تولید و توسعه گیاهان دارویی دیم افتادم".



شکل ۲. مدل نهایی پژوهش در قالب شبکه مضامین

در گام چهارم، پژوهشگر با به‌کارگیری سازه‌های شعوری و اصطلاحات فنی مستخرج از پیشینه نظری و تخصصی تحلیل (Narimani & Waezi, 2017) و با توجه به زبانی که مصاحبه‌شوندگان به‌کار بردند (واژه‌ها، اصطلاحات و روابطی که حاکی از عواطف است)، مضامین فراگیر (مضامین عالی دربرگیرنده اصول حاکم بر متن به‌عنوان یک کل) را برگزید و به‌طور نظام‌مند به مقوله‌های مرتبط پیوند داد. هنگامی که کفایت نظری حاصل شد، هسته مرکزی تشخیص فرصت-های کارآفرینی زنان کارآفرین روستایی، شکل گرفت که دربرگیرنده مضامین سرمایه انسانی، هوشیاری، هوش کارآفرینانه، حمایت‌های محیطی، ویژگی‌های روان‌شناختی، تلاطم‌ها و سرمایه اجتماعی بود.

در گام پنجم، شبکه مضامین به‌منظور تسهیل تصویرسازی از مضامین، با هدف ادراک موضوع یا کشف معنای ایده ترسیم شد (Striling, 2001). در این مرحله، ضمن بررسی همخوانی مضامین با کدهای مستخرج و مرتب نمودن مضامین، به ترسیم مضامین پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر پرداخته شد. بر این اساس، مدل نهایی پژوهش در قالب شبکه مضامین در شکل ۲ ارائه شده است. نتایج تحلیل توصیفی مصاحبه‌های میدانی و اجرا و کدگذاری آن‌ها نشان داد که در بین مضمون‌های سازمان‌دهنده (اصلی) تشخیص فرصت‌های کارآفرینی زنان کارآفرین روستایی، «ویژگی‌های روان‌شناختی» با ۷۷ تکرار بیشترین فراوانی و در واقع، بالاترین اهمیت را به خود اختصاص داده‌اند. این مضمون اصلی خود دربرگیرنده مضامین فرعی (پایه) خلاقیت، استقلال‌طلبی، نیاز به شناخت، خودکارآمدی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی و توانایی فهم و سازمان‌دهی اطلاعات است.

دومین مضمون اصلی با بیشترین تکرار «هوشیاری» بوده که ۶۲ مورد به آن اشاره شده است. این مضمون شامل مضامین فرعی دانش پیشین، شبکه‌های اجتماعی، ارزیابی و قضاوت اطلاعات، برقراری ارتباط میان اطلاعات جدید و دانش قبلی و جست‌وجوی فعال اطلاعات بوده است. «هوش کارآفرینانه» سومین مضمون اصلی بوده که پاسخگویان ۶۰ بار به آن اشاره نموده‌اند و خود شامل مضامین فرعی بینش کارآفرینانه، هوش شناختی، هوش اجتماعی، هوش جسورانه و هوش برانگیزاننده است. چهارمین مضمون اصلی «حمایت‌های محیطی» بوده که مصاحبه‌شوندگان در خلال مصاحبه‌ها ۴۷ بار به آن اشاره نموده‌اند. این مضمون شامل مضامین فرعی حمایت‌های سیاسی، اجتماعی-فرهنگی و مالی بوده است. پنجمین مضمون اصلی «سرمایه انسانی» بوده که مصاحبه‌شوندگان در مصاحبه‌ها ۳۳ بار به آن اشاره نموده‌اند. این مضمون شامل مضامین فرعی دانش شناختی و تجربه بوده است. «سرمایه اجتماعی» ششمین مضمون اصلی با ۲۹ بار تکرار بوده که خود شامل نوع‌دوستی، اتصالی و پیوندی بوده است. هفتمین مضمون اصلی «تلاطم» بوده که

پیشران‌های تشخیص فرصت‌های کارآفرینی.....

مصاحبه‌شوندگان در مصاحبه‌ها ۲۷ بار به آن اشاره نموده‌اند. این مضمون شامل مضامین فرعی عوامل مرتبط با محیط و عوامل شخصیتی است.

### اعتبارسنجی مدل

پس از طراحی مدل به دست آمده بر اساس نتایج کدگذاری‌ها، این مدل بار دیگر در قالب پرسش‌نامه اعتبارسنجی، در اختیار چهار نفر از خبرگان دانشگاهی قرار گرفت تا دیدگاه‌های آنان در خصوص تناسب مضامین پایه با مضامین سازمان‌دهنده اخذ شود. برای تعیین اعتبار مدل از روایی سازه به روش صوری استفاده شد. در صورت تأیید ۷۵ درصد از خبرگان و صاحب‌نظران، مدل دارای اعتبار است (Delavar, 1995).

میانگین نظرات خبرگان به‌عنوان درصد تناسب مضامین، محاسبه شد و تناسب یا عدم تناسب مضامین پایه با مضامین سازمان‌دهنده در جدول ۲ نشان داده شده است. با توجه به جدول تعیین اعتبار مدل و دیدگاه‌های خبرگان دانشگاهی، مدل حاصل از نتایج مصاحبه‌ها به‌عنوان مدل نهایی پژوهش تأیید شد.

### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

تحقیق حاضر با هدف شناسایی پیشران‌های تشخیص فرصت‌های کارآفرینی زنان روستایی کارآفرین صورت گرفت. در این پژوهش با اتکاء به روش تحلیل محتوای کیفی (تحلیل مضمون) هفت پیشران تشخیص فرصت‌های کارآفرینی زنان روستایی کارآفرین شناسایی شد. فرایند تحلیل اطلاعات و آنالیز مصاحبه‌های صورت گرفته با خبرگان موضوعی نشان داد که پیشران‌های اصلی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی را می‌توان در قالب هفت دسته مضمون سرمایه اجتماعی، سرمایه انسانی، ویژگی‌های روان‌شناختی، تلاطم، هوش کارآفرینانه، هوشیاری و حمایت‌های محیطی دسته‌بندی و ارائه نمود. در مجموع در این مطالعه با بهره‌گیری از تحلیل مضمون مصاحبه‌های صورت گرفته (۱۷ مصاحبه)، ۱۲۴ کد اولیه، ۹۷ کد مفهومی، ۲۵ مضمون پایه و ۷ مضمون سازمان‌دهنده شناسایی و استخراج شد.

نتایج نشان داد که در بین مضامین سازمان‌دهنده (پیشران‌های) شناسایی شده، بالاترین اولویت متعلق به مضمون ویژگی‌های روان‌شناختی مرکب از ۱۴ کد مفهومی و ۵ مضمون پایه‌ای بوده است. نتایج به دست آمده در این بخش با نتایج برخی تحقیقات (George et al., 2016; Azizi et al., 2012; Tang, 2009; Khoshmaram et al., 2014; Sarami & Alizadeh Sani, 2009; Mirvahedi et al., 2017) همخوانی دارد.

هوشیاری دومین اولویت ممکن در زمینه تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در تحقیق حاضر بود که با نتایج برخی مطالعات (Sarami & Alizadeh Sani, Khoshmaram et al., 2014; George et al., 2016 2009; Zahra et al., 2009; Fiet et al., 2005) همخوانی دارد.

هوش کارآفرینانه (۵ مضمون پایه و ۳۴ کد مفهومی)، حمایت‌های محیطی (۳ مضمون پایه و ۸ کد مفهومی)، سرمایه انسانی (۲ مضمون پایه و ۸ کد مفهومی)، سرمایه اجتماعی (۳ مضمون پایه و ۱۲ کد مفهومی) و تلاطم با (۲ مضمون پایه و ۶ کد مفهومی) پیشران‌ها و اولویت‌های سوم تا هفتم در زمینه تشخیص فرصت‌های کارآفرینی زنان روستایی کارآفرین بوده‌اند. نتایج مطالعات این بخش با نتایج برخی مطالعات (Tang, 2009; Bhagavatula et al., 2010; Azizi et al., 2012; Mirvahedi et al., 2009; Gholipour et al., 2009; George et al., 2016; Zahra et al., 2009) مطابقت دارد. لذا با توجه به نتایج پژوهش و شناسایی پیشران‌های تشخیص فرصت‌های کارآفرینی، پیشنهاد‌های زیر در جهت کمک به برنامه‌ریزان توسعه کارآفرینی روستایی مطرح می‌شود:

**هوش کارآفرینانه:** برخورداری زنان کارآفرین روستایی از هوشیاری موجب خواهد شد که به فهم دقیق و بهتری از موقعیت‌های اجتماعی دست یابند و به بهترین نحو ممکن بتوانند در شرایط اجتماعی راهکار مورد نظر را ارائه و انتخاب نمایند. لذا پیشنهاد می‌شود تا آموزش‌هایی از طرف جهاد کشاورزی استان در خصوص ارتقای هوش کارآفرینانه زنان روستایی ارائه شود و در آن‌ها به ویژگی‌های آگاهی اجتماعی، مهارت اجتماعی و پردازش اطلاعات اجتماعی، تأکید شود.

**سرمایه انسانی:** یافته‌های این مطالعه نشان داد از نگاه زنان کارآفرین روستایی استان ایلام، سرمایه انسانی در دو بعد دانش و تجربه بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه کشاورزی تأثیرگذار است. به بیانی دیگر، کارآفرینانی که دانش کشاورزی را به صورت رسمی یا غیررسمی کسب کرده بودند، فرصت‌های کارآفرینی موجود در این بخش را بهتر و بیشتر شناسایی کرده‌اند. همچنین تجارب کارآفرینان (چه به صورت فردی و چه نشأت گرفته از پیشینه خانوادگی آنان) سهم بسزایی در شناسایی توانمندی‌ها و فرصت‌های بخش کشاورزی داشت. از این رو پیشنهاد می‌شود، سازمان جهاد کشاورزی و به خصوص اداره ترویج و آموزش کشاورزی استان که متولی برگزاری دوره های آموزشی در مناطق روستایی است، دوره‌های آموزشی متنوع و مختلفی را در همه گرایش‌های کشاورزی برای زنان روستایی برگزار کند. همچنین به خانواده‌ها توصیه می‌شود که فرصت و تجربه کار را برای دختران خود از همان سن کم فراهم کنند تا در بزرگسالی در زمینه خاصی تبحر داشته باشند و در صورت لزوم بتوانند با اتکا به آن کارآفرین شوند.

**سرمایه اجتماعی:** امروزه این باور به وجود آمده که راه‌اندازی یک کسب‌وکار کارآفرینانه موفق مستلزم وجود بستر اجتماعی مناسب است. ادراک فرد از محیط اطراف تا حد زیادی به میزان تعاملات او با جامعه بستگی دارد. به بیانی دیگر، ارتباط با سازمان‌ها و افراد مختلف موجب شکل‌گیری دامنه وسیعی از اطلاعات می‌شود. از این رو می‌توان امیدوار بود در اثنای این تعاملات و ارتباطات، فرد موفق به شناسایی فرصت سودآور و منحصر به فرد در بخش کشاورزی شود. اهمیت این امر تا آنجاست که حتی برخی محققان معتقدند که ظهور نخستین جرقه‌های تشخیص فرصت در ذهن کارآفرینان به زمینه اجتماعی و میزان سرمایه اجتماعی آنان بستگی دارد. کاربرد این یافته برای سیاست‌گذاران آن است که در برنامه‌های توسعه کارآفرینی به توسعه انواع مهارت‌ها و تشویق شبکه‌سازی اجتماعی اولویت بدهند و زنان علاقه‌مند به ایجاد کسب‌وکار نیز برای موفقیت در کسب‌وکار، به توسعه ابعاد سرمایه انسانی خود همت گمارند. با توجه به محدودیت منابع در مناطق روستایی، چنانچه به درستی روی این بعد سرمایه‌گذاری شود، آثار چشمگیری در ایجاد اشتغال پایدار و رفاه عمومی خواهد داشت.

**ویژگی‌های روان‌شناختی:** یافته‌های پژوهش حاضر حاکی از آن است که ویژگی‌های روان‌شناختی نظیر خلاقیت، استقلال‌طلبی، نیاز به شناخت و خودکارآمدی بیشترین اهمیت را در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی دارند. با وجود مطالعات گسترده‌ای که به نقش ویژگی‌های روان‌شناختی در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی اذعان داشته‌اند جای تردیدی باقی نمی‌ماند که ویژگی‌های روان‌شناختی اهمیت زیادی در شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه کشاورزی دارند. بدین منظور، برگزاری دوره‌های آموزشی با اهدافی نظیر پرورش تفکر خلاق و روحیه ایده‌پردازی، قابلیت جست‌وجوی اطلاعات، ارزیابی اقتصادی فرصت‌های شناسایی شده و ... برای جوانان روستایی یا علاقه‌مندان به حوزه کشاورزی می‌تواند نقش درخور توجهی در ارتقای قابلیت تشخیص فرصت کارآفرینی در بین آن‌ها داشته باشد. افزون بر این، به مدیران و رؤسای سازمان جهاد کشاورزی پیشنهاد می‌شود با استخدام و به‌کارگیری کارآفرینان برتر و صاحبان خلاقیت در حوزه کشاورزی نسبت به راه‌اندازی و توسعه مراکز مشاوره شغلی اقدام کنند. این مراکز ضمن تقویت روحیه ایده‌پردازی در افراد علاقه‌مند به اشتغال در بخش کشاورزی، می‌توانند سرمایه‌گذاران بسیاری را نیز برای سرمایه‌گذاری در این بخش جذب کنند. به بیانی دیگر، مراکز یاد شده با معرفی صاحبان فکر و ایده به سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی نسبت به تجاری‌سازی دانش و بهره‌برداری از فرصت‌های شناسایی شده اقدام می‌کنند.

**حمایت‌های محیطی:** از دیدگاه زنان کارآفرین روستایی استان ایلام حمایت‌های محیطی شامل ابعاد سیاسی، مالی و اجتماعی-فرهنگی از دیگر عوامل مؤثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی بود. به دولت، سیاست‌گذاران و متولیان امور توصیه می‌شود که به‌صورت عملی، اقدامات حمایتی را در خصوص توسعه کارآفرینی کشاورزی انجام دهند؛ چراکه این امر موجب کاهش وابستگی کشور به درآمدهای نفتی و رونق تولید و صادرات در کشور می‌شود. به‌عنوان مثال، کاهش سود سپرده‌های بانکی، اعطای وام‌هایی با نرخ بهره اندک و دوره بازپرداخت طولانی به زنان کارآفرین بخش کشاورزی می‌تواند از جمله حمایت‌های دولت در راستای تشویق و توسعه کارآفرینی کشاورزی و به دنبال آن، شناسایی فرصت‌ها و قابلیت‌های موجود در بخش کشاورزی باشد.

**تلاطم:** تلاطم‌های شخصی که به وقایع و اتفاقات غیرمنتظره در زندگی افراد اشاره دارد، یکی دیگر از عواملی است که می‌تواند در وقوع کارآفرینی و به‌نوبه خود تشخیص فرصت، مؤثر واقع شود. در واقع، این گونه تلاطم‌ها در زندگی شخصی به وقوع می‌پیوندد و عاملی کاملاً شخصی و فردی است. این در حالی است که در برخی موارد، وقوع تغییرات و چالش‌های ناگهانی در محیط، مسائل تازه‌ای را پیش روی زنان کارآفرین و سایر افراد جامعه قرار داده و حتی مسیر زندگی افراد را تا حد زیادی دستخوش تغییر قرار می‌دهد. چه بسیاری از افراد که در مواجهه با کوچکترین مشکل خود را به دست سرنوشت سپرده و به عبارتی تقدیر خود را می‌پذیرند. این در حالی است که کارآفرینان بالقوه هر تهدیدی را یک فرصت می‌بینند و در هر شرایطی به دنبال یافتن سودآوری هستند. بنابراین، اگرچه وقوع تلاطم‌ها در زندگی برخی از زنان کارآفرین روستایی، خلاقیت آنان را تحت تأثیر قرار داده است، اما بسته به دارایی‌های شناختی افراد و تجارب متفاوت آنان، ممکن است این نتایج را به دنبال نداشته باشد. بنابراین با توجه به یافته‌های پژوهش، به نظر می‌رسد که استفاده از پتانسیل عظیم رسانه‌های جمعی و کلاس‌ها و دوره‌های آموزشی برای آموزش (Abedi et al., 2011) زنان کارآفرینی که توانایی غلبه بر مشکلات را داشته باشند و در بطن هر مشکل به دنبال تغییر و تبدیل آن به فرصت سودآوری باشند، تا حد زیادی می‌تواند راه‌گشا باشد.

#### منابع

1. Abedi, H., Taslimi, M., Faqih, A. & Sheikhzadeh, M. (2011). Content analysis and content network: A simple and efficient way to explain patterns in qualitative data. *Strategic Management*, 2(10), 151-189. [In Persian]
2. Askun, B. & Yıldırım, N. (2011). Insights on entrepreneurship education in public universities in Turkey: Creating entrepreneurs or not? *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 663-676.



3. Audretsch, D.B., Aldridge, T.T. & Sanders. (2011). Social capital building and new business formation. *International Small Business Journal*, 29(2), 152-169. <https://doi.org/10.1177/0266242610391939>.
4. Azizi, S., Motmeni, A. & Abdollahpour, A.R. (2012). Investigation of individual and social factors affecting the recognition of entrepreneurial opportunities. *Journal of Entrepreneurship Development*, 5(20), 7-25. [In Persian]
5. Bhagavatula, S., Elfring, T., Tilburg, A.V. & Bunt, G.G.V.D. (2010). How social and human capital influence opportunity recognition and resource mobilization in India's handloom industry. *Journal of Business Venturing*, 25(3): 245-260.
6. Bosma, N. & Kelley, D. (2019). Global entrepreneurship monitor 2018/2019 global report. Available at: GEM Global Entrepreneurship Monitor ([gemconsortium.org](http://gemconsortium.org)).
7. Braun, V. & Clark, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
8. Brettel, M., Mauer, R., Engelen, A. & Küpper, D. (2012). Corporate effectuation: Entrepreneurial action and its impact on R&D project performance. *Journal of Business Venturing*, 27(2), 167-184.
9. Corbett, A.C. (2007). Learning a symmetries and the discovery of entrepreneurial opportunities. *Journal of Business Venturing*, 22, 97-118.
10. Delavar, A. (1995). Theoretical and practical founder of research in humanities and social sciences. Tehran. roshd publications. [In Persian]
11. Dimov, D.P. (2003). The nexus of individual and opportunity: Opportunity recognition as a learning process. Babson Kauffman Entrepreneurship Research Conference, Wellesley, USA.
12. Djiver, J. (2006). Female entrepreneurs of the north breaking ground, current research issue in small business development commerce. Available at: <http://www.civilica.com/>.
13. Fiet, J.O., Piskounov, A. & Patel, P.C. (2005). Still searching (systematically) for entrepreneurial discoveries. *Small Business Economics*, 25(5), 489-504.
14. Gaglio, C. (2004). The role of mental simulations and counterfactual thinking in the opportunity identification process. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28, 533-552.
15. George, N.M., Parida, V. Lahti, T. & Wincent, J. (2016). A systematic literature review of entrepreneurial opportunity recognition: Insights on influencing factors. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(2), 309-350.

16. Ghadermarzi, H., Jamshidi, A., Jamini, D. & Nazari Sarmazeh, H. (2015). Identifying the barriers to entrepreneurship development for rural women (Case study: Shalil village-Ardal county). *Journal of Regional Planning*, 5(17), 103-118. [In Persian]
17. Gholipour, R., Aghajani, H. & Karimi, M.K. (2009). A study of factors affecting the identification of entrepreneurial opportunities in the field of information technology. *Quarterly Journal of Entrepreneurship Development*, 1(3), 123-158. [In Persian]
18. Hashemian, M. (2000). Foresight of science and technology, foresight and evaluation of regional competitors and world champions in the field of science and technology. Tehran: University Publishing Center. [In Persian]
19. Hoang, H., & Young, N. (2000). Social embeddedness and entrepreneurial opportunity recognition: More evidence of embeddedness. Wellesley: Babson College.
20. Kamali, Y. (2018). Methodology of content analysis and its application in public policy studies. *Public Policy (Ministry of Science)*, 4(2), 189-208. [In Persian]
21. Khoshmaram, M., Zarafshani, K., Alibeigi, A.H. & Mirkzadeh, A.A. (2014). Provide a conceptual model for identifying entrepreneurial opportunities in the agricultural sector. *Journal of Entrepreneurship in Agriculture*, 1(4), 105-122. [In Persian]
22. Khoshmaram, M., Zarafshani, K. Mirkzadeh, A.A. & Alibeigi, A.H. (2017). Designing and explaining a model for identifying entrepreneurial opportunities in the agricultural sector of Kermanshah province. *Journal of Rural Research*, 8(3), 391-402. [In Persian]
23. Kordnaeij, A. Elahi, A.K. Zali, M. & Rafiei, M. (2012). Identifying entrepreneurial opportunities in the hospital Industry: A case study of Shariati hospital. *Business Management Perspectives Quarterly*, 11, 101-118. [In Persian]
24. khosravi, S., Lashgarara, F., Poursaeed, A.R. & Omid Najafabadi, M. (2022). Modeling the relationship between urban agriculture and sustainable development: A case study in Tehran city. *Arabian Journal of Geoscience*. 15(1): 97. Doi.org/10.1007/s12517-021-09396-y.
25. Lincoln, Y.S. & Guba, E.G. (1985). Naturalistic inquiry. Beverly hills, CA: Sage.
26. Mehdizadeh, H., Shiri, N. & KhoshMaram, M. (2020). Ability to identify entrepreneurial opportunities among agricultural students of Ilam university. *Journal of Entrepreneurship Strategies in Agriculture*, 7(13), 78-86. [In Persian]

27. Mehrani, A. (2011). An attitude towards barriers to women's employment and entrepreneurship the first annual conference on management, innovation and entrepreneurship, Shiraz. [In Persian] <http://www.civilica.com/copid/MIEAC01-691-562612.PDF>.
28. Mirvahedi, S., Toghraei, M. & Sanjarian, Z. (2017). Investigating the effective factors on identifying entrepreneurial opportunities. *Journal of Entrepreneurship in Agriculture*, 4(1), 53-74. [In Persian]
29. Namamian, F., Elyasi, R. & Izadi, H. (2017). Methodology and method of quantitative qualitative and combined research (first edition ed.). Mehraban book institute. [In Persian]
30. Narimani, A. & Waezi, R. (2017). Identifying factors facilitating the commercialization of public management knowledge research. *Public Management Quarterly*, 9(2), 235-262. [In Persian]
31. Patton, M. (2002). Qualitative research and evaluation methods. Thousand oaks, CA: Sage.
32. Raif, D., Lacy, S., Fico, F. & Watson, B. (2002). Media message analysis: The application of quantitative content analysis in research. Translated by Mahdokht Borojerdi Alavi. Tehran: Soroush Publications.
33. Pourjavid, S., Poursaeed, A.R. & Mirdamadi, S.M. (2020). Modeling the effectiveness of urban agriculture education courses". *Urban Ecosystems*. 23, 927-932. <https://doi.org/10.1007/s11252-020-00955-x>.
34. Salmani Cheraghabadi, A.R., Poursaeed, A.R., Bayramzadeh, V. & EshraghiSamani, R. (2021). Social network analysis of sustainable forest management actors in Zagros region. *Arabian Journal of Geoscience*. 14, 2701. Doi.org/10.1007/s12517-021-09032-9.
35. Saremi, M. & Alizadeh Sani, M. (2009). Investigating factors influencing the process of identifying entrepreneurial opportunities among top entrepreneurs selected. *Journal of Entrepreneurship Development*, 1(3):103-122. [In Persian]
36. Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *The Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
37. Shepherd, D.A. & DeTienne, D.R. (2005). Prior knowledge, potential financial reward and opportunity identification, entrepreneurship. *Theory and Practice*, 29(1), 91-112.
38. Statistical Center of Iran. (2016). Population and Housing Census. Iran: Tehran. [In Persian]
39. Stenbacka, C. (2001). Qualitative research requires quality concepts of its own. *Manag Decis*, 39(7), 551-556.

40. Striling, J.A. (2001). Thematic network. an analytic tool for qualitative research. *Qualitative Research*, 1(3), 285-405.
41. Szerb, L., Autio, E. Lloyd, A. & Ács, Z. (2018). The global entrepreneurship index. The Global Entrepreneurship and Development Institute, USA: Washington, D.C.
42. Tang, J. (2009). How entrepreneurs discover opportunities in China: An institutional view. *Asia pacific Journal of Management*, 27(3), 461-479. doi: 10.1007/s10490-009-9151-6.
43. Vaezi, R., Chegini, M. & Aslipour, H. (2018). Policy challenges in the field of health tourism in Iran based on thematic analysis approach. *Journal of Tourism Management Studies*, 13(41), 1-14. [In Persian]
44. Zahra, S. A., Gedajlovic, E. Neubaum, D.O. & Shulman, J.M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519-532.