

ISSN(Print): 2008-6407 ISSN (Online): 2423-7248

Research Paper

Requirements of Agricultural Entrepreneurial Opportunity Recognition among Agricultural Students at Ilam University

Hossein Mehdizadeh¹, Nematollah Shiri^{1*}, Mojgan Khoshmaram²

1- Assistant Professor, Department of Entrepreneurship, Ilam University, Ilam, Iran.

2- Lecturer, Department of Entrepreneurship, Ilam University, Ilam, Iran.

Received: 2020/04/19

Accepted: 2020/12/01

PP: 52-64

Use your device to scan and read the article online



DOI:

10.30495/jae.2022.24605.2155

Keywords:

Agri-Business, Entrepreneurial Alertness, Environmental Support, Agricultural Students

Abstract

Introduction: Since the perceived entrepreneurial opportunities are the first and most important step in the entrepreneurship process, therefore, the entrepreneurial opportunity recognition capacity has a unique role in the process of promoting entrepreneurship among students in the higher education system. This study investigates the effect of environmental support on entrepreneurial opportunity recognition capacity with mediating role of entrepreneurial alertness.

Materials and Methods: The sample consisted of 100 senior undergraduate students in agricultural majors at Ilam University, selected through a stratified random sampling technique. Data analysis was carried out using SPSS version 25 and SmartPLS.

Findings: The results showed that the perceived entrepreneurial opportunity capacities among students were moderately low. According to structural equation modeling, the entrepreneurial alertness and environmental support had a positive and significant effect on the entrepreneurial opportunity recognition capacity. Also, the indirect and significant effect of environmental support through entrepreneurial alertness on the entrepreneurial opportunity recognition capacity was confirmed.

Conclusion: According to the research results, it is suggested that agricultural higher education instructor use active teaching and learning methods, such as idea generation, experimental and service learning, team and practical work, critical thinking and problem solving in agricultural education.

Citation: Mehdizadeh, H., Shiri, N., Khoshmaram, M., Requirements of Agricultural Entrepreneurial Opportunity Recognition Among Agricultural Students at Ilam University. Journal of Agricultural Economics Research. 2022; 14 (2): 52- 64.

*Corresponding Author: Nematollah Shiri

Address: Assistant Professor, Department of Entrepreneurship, Ilam University, Ilam, Iran

Tell: 09189429021

Email: n.shiri@ilam.ac.ir

Extended Abstract

Introduction

Whereas entrepreneurship plays an important role in economic growth, job creation and the development of new technologies; therefore, it is one of the critical elements for the development and progress of different societies (13; 15). Indeed, with rising unemployment rates around the world, many governments have turned their attention to entrepreneurial practices to create jobs (13). In this regard, the results of previous studies also show the weakness of entrepreneurial activities and practices among students and graduates of agriculture in Iran. This has caused a large number of agricultural graduates in the country to face employment problems; however, due to the practical aspect of agricultural disciplines and self-employment capacities of the agricultural sector, it is expected that entrepreneurial activities and practices among this group are much more than graduates of other academic disciplines (27). Accordingly, identifying the requirements and prerequisites of entrepreneurship in order to facilitate the process of promoting entrepreneurship among agricultural students in Ilam province is of great importance and necessity. This study investigates the effect of environmental support on entrepreneurial opportunity recognition capacity with mediating role of entrepreneurial alertness.

Materials and Methods

The statistical population in the present study included all fourth-year undergraduate students in different fields of agriculture at Ilam University, 127 people. The statistical sample size was set at 100 people. The main data collection tool in this study was a questionnaire consisting of three sections in the form of closed-ended questions. All research variables were measured in the form of a five-point Likert scale (1- very low to 5- very high). The face and visual validity of different sections of the questionnaire were evaluated using experts in entrepreneurship education and promotion and structural validity (convergent and diagnostic validity) and the reliability of different sections of the

questionnaire was assessed and confirmed by Cronbach's alpha, combined reliability and one-dimensionality of markers. In order to analyze the data in two sections of descriptive and inferential statistics, SPSS software version 25 and SmartPLS version 3 were used. For this purpose, in the descriptive statistics section, mean and standard deviation were used, and in the inferential statistics section, structural equation modeling (measurement model evaluation and structural model evaluation) was used.

Findings

The results indicate that the average of the variable of identifying entrepreneurial opportunities among respondents is 3.01 (SD = 0.63); the average variable of entrepreneurial alertness is 3.10 (SD = 0.70); and the average of perceived environmental support variable is 2.61 (SD = 0.83). Findings showed that the entrepreneurial alertness has a direct, positive and significant effect on the ability to identify entrepreneurial opportunities ($\beta = 0.50, t = 7.37$). The environmental support also has a direct, positive and significant effect on the ability to identify entrepreneurial opportunities ($\beta = 0.31, t = 3.49$). Finally, the results showed that the environmental support has a positive and significant effect indirectly (through entrepreneurial alertness) on the ability to identify entrepreneurial opportunities ($\beta = 0.12, t = 2.31$). Accordingly, all research hypotheses were confirmed. In addition, the results showed that the coefficient of explanation of the latent variable of identifying entrepreneurial opportunities was 0.42; therefore, it can be stated that 42% of the latent variable changes in the ability to identify entrepreneurial opportunities by the latent variables of entrepreneurial awareness and environmental support are predictable, which is an acceptable percentage.

Discussion

The results showed that entrepreneurial alertness had a positive and significant effect on the ability to identify entrepreneurial opportunities among respondents. This finding is based on the

results of studies by researchers such as Khoshmaram et al. (7) and Short et al. (31) on the positive and significant effect of entrepreneurial alertness on the identification of entrepreneurial opportunities is consistent. Findings indicated that the latent variable of environmental support had a positive and significant effect on the ability to identify entrepreneurial opportunities among respondents. This finding is consistent with the results of studies by Webb et al. (37), Tang (33) and Khoshmaram et al. (7) is consistent. In addition, the results of the study confirmed the indirect effect of environmental support through entrepreneurial alertness on the ability to identify entrepreneurial opportunities. Consistent with this finding, Khoshmaram et al. (7) also acknowledged in a study on the indirect impact of support and environmental factors on the identification of entrepreneurial opportunities. In justifying this finding, it is obvious that increasing awareness and positive understanding of environmental stimuli such as environmental support (academic, government and relationship support) in the direction of entrepreneurship leads to improved entrepreneurial alertness of individuals to pursue entrepreneurial activities. It becomes. In support of this claim, Tang (33) also believes that environmental protections affect entrepreneurial alertness.

Conclusion

Finally, According to the research results, it is suggested that agricultural higher education instructor use active teaching and learning methods, such as idea generation, experimental and service learning, team and practical work, critical thinking and problem solving in agricultural education.

Ethical Considerations

Compliance with ethical guidelines

All subjects full fill the informed consent.

Funding

This article is an excerpt from a research project entitled "Explainers of entrepreneurial opportunities recognition among agricultural students of Ilam

University" which has been done with the financial support of Ilam University. We would like to thank the students and staff of Ilam University for their cooperation and assistance.

Authors' contributions

Design and conceptualization: Hossein Mehdizadeh, Nematollah Shiri, Mojgan Khoshmaram; Nematollah Shiri; Supervision and final writing: Hossein Mehdizadeh, Nematollah Shiri, Mojgan Khoshmaram.

Conflicts of interest

The authors declared no conflict of interest.

بررسی الزامات تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین دانشجویان کشاورزی دانشگاه ایلام

حسین مهدی‌زاده^۱، نعمت‌اله شیری^{۱*}، مژگان خوش‌مرام^۲

۱- استادیار گروه کارآفرینی و توسعه روستایی، دانشگاه ایلام، ایلام، ایران.

۲- مدرس گروه کارآفرینی و توسعه روستایی، دانشگاه ایلام، ایلام، ایران.

چکیده

مقدمه و هدف: نظر به این که تشخیص فرصت اصلی‌ترین و اولین گام در فرآیند کارآفرینی بشمار می‌رود؛ بنابراین، قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی از جایگاه ویژه‌ای در فرآیند ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان نظام آموزش عالی برخوردار است. در این راستا، این پژوهش با هدف بررسی تأثیر حمایت محیطی بر قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی با نقش میانجی هوشیاری کارآفرینانه انجام شد.

مواد و روش‌ها: جامعه آماری پژوهش شامل تمام دانشجویان سال چهارم کارشناسی در رشته‌های کشاورزی دانشگاه ایلام بودند که تعداد ۱۰۰ نفر از آن‌ها به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای با انتساب متناسب برای مطالعه انتخاب شدند. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS نسخه ۲۵ و SmartPLS نسخه ۳ انجام شد.

یافته‌ها: نتایج پژوهش نشان داد که پاسخگویان از قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی متوسطی برخوردار بودند. بر اساس نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری متغیرهای نهفته هوشیاری کارآفرینانه و حمایت محیطی تأثیر مثبت و معناداری به صورت مستقیم بر قابلیت تشخیص فرصت کارآفرینی داشتند. همچنین، تأثیر غیرمستقیم و معنادار حمایت محیطی از راه هوشیاری کارآفرینانه بر قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه تأیید شد.

بحث و نتیجه‌گیری: با توجه به نتایج پژوهش پیشنهاد می‌شود که مدرسان آموزش عالی کشاورزی از روش‌های فعال آموزش و یادگیری، نظیر ایده‌پردازی، یادگیری تجربی و خدمت‌محور، کار تیمی و عملی، تفکر انتقادی و حل مسئله در آموزش کشاورزی استفاده کنند.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۱/۳۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۹/۱۱

شماره صفحات: ۶۴-۵۲

از دستگاه خود برای اسکن و خواندن
مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید



DOI:

10.30495/jae.2022.24605.2155

واژه‌های کلیدی:

کارآفرینی کشاورزی، هوشیاری کارآفرینانه، حمایت محیطی، دانشجویان کشاورزی

* نویسنده مسئول: نعمت‌اله شیری

نشانی: استادیار گروه کارآفرینی و توسعه روستایی، دانشگاه ایلام، ایلام، ایران

تلفن: 09189429021

پست الکترونیکی: n.shiri@ilam.ac.ir

است (۵). در این راستا، پژوهشگران بر حرکتی فراتر از مدل‌های مبتنی بر نیت برای توضیح و تبیین فعالیت‌ها و اقدامات کارآفرینانه تأکید کرده‌اند (۱۳؛ ۳۰).

نظر به این که یکی از پیش‌نیازهای کلیدی فعالیت‌های کارآفرینانه، تشخیص فرصت است؛ لذا می‌توان چنین استدلال کرد که حتی دارا بودن قصد کارآفرینی فارغ از قابلیت تشخیص فرصت نمی‌تواند منجر به اقدامات کارآفرینانه از سوی فرد شود. به بیانی دیگر، همه افراد دارای مقاصد و نیت کارآفرینانه از قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی برخوردار نیستند و همه افراد دارای قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه قصد واقعی برای درگیری در فعالیت‌های کارآفرینانه را ندارند (۱۵). اهمیت این موضوع تا آنجاست که برخی بر این باورند که کارآفرینی چیزی جز تشخیص و بهره‌برداری از فرصت-ها کارآفرینانه نیست (۲۴). در این راستا، نظر به این که در اغلب تعاریف کارآفرینی، فرصت قلب فرآیند کارآفرینی در نظر گرفته شده است و تشخیص فرصت یکی از عناصر اصلی فرآیند کارآفرینی بشمار می‌رود (۲). به بیانی دیگر، تشخیص، ارزیابی، انتخاب و بهره‌برداری از فرصت‌های درست از مهم‌ترین شایستگی‌های کارآفرینان موفق بشمار می‌رود (۱۱). بنابراین، توجه به مفهوم قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه برای ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان از اهمیت و ضرورت بالایی برخوردار می‌باشد. پوهاکا (۱۸) تشخیص فرصت را متشکل از ابعادی مانند پویایی رقابتی (گردآوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها)، جست و جوی پیشگام فرصت از ارزش‌های آینده (تصویری خلاصه از آینده) و هم چنین ایجاد راهکار نوآورانه خلق فرصت می‌داند که در ارتباط با فعالیت‌های گوناگون اقتصادی است. برخی از صاحب‌نظران بر این باورند که فرصت‌ها در محیط وجود دارند و افرادی که هوشیاری بالاتری دارند، می‌توانند این فرصت‌ها را کشف کنند (۸؛ ۲۳). بر اساس این دیدگاه‌ها می‌توان ادعان نمود که هوشیاری کارآفرینانه یکی از تعیین‌کننده‌های اصلی تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه توسط افراد می‌باشد. از این‌رو، مفهوم هوشیاری کارآفرینانه نظر پژوهشگران و صاحب‌نظران بسیاری را در حوزه کارآفرینی به خود جلب کرده است زیرا هوشیاری کارآفرینانه مکانیسمی را تعیین می‌کند که افراد از راه آن فرصت‌های کارآفرینانه را شناسایی و بهره‌برداری می‌کنند (۸؛ ۲۱). هوشیاری کارآفرینانه، نشان دهنده توانایی فرد برای دیدن فرصت‌هایی در بازار است که تاکنون کشف نشده‌اند و کسی به وجود آن‌ها پی نبرده است (۳). به باور لیبنستین (۱۰) هوشیاری کارآفرینانه عبارت است از تمایل و انگیزش طبیعی افراد به گونه‌ای که بدون جستجو، فرصت‌ها را شناسایی می‌کنند. تانگ و همکاران (۳۴) در مطالعه‌ای که در خصوص نقش هوشیاری کارآفرینانه در جستجوی فرصت‌های جدید انجام داده‌اند، مقیاسی را برای سنجش هوشیاری کارآفرینانه طراحی کرده‌اند. در نهایت، این محققان سه بعد؛ پویایی و جستجوی داده‌های جدید، ارتباط و اتصال این داده‌ها با دانسته‌های گوناگون قبلی، ارزیابی و قضاوت درباره این که آیا این داده‌های جدید گویای یک فرصت جدید می‌باشد یا خیر را برای هوشیاری در نظر گرفتند. در این راستا، خوش‌مرام و همکاران (۷) در مطالعات خود به این نتیجه دست یافتند

بر اساس منابع رسمی، در استان ایلام بیش از ۱۴ هزار دانش‌آموخته دانشگاهی بیکار هستند. این در حالی است که استان ایلام با وجود موقعیت استراتژیک از نظر وجود ۴۳۰ کیلومتر مرز مشترک با کشور عراق، میزبانی زوار عتبات عالیات، وجود ذخایر ارزشمند نفت و گاز و معادن غیر فلزی، وجود طبیعت بکر و گردشگر پسند، شرایط و قابلیت‌های ارزنده‌ای برای توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه کشاورزی و دامپروری و توسعه صنایع تبدیلی و تکمیلی دارد، اما این ظرفیت‌ها سود چندانی عاید جوانان دانش‌آموخته دانشگاهی این استان نکرده است، زیرا بر اساس آمار، استان ایلام اولین استان کشور از نظر جمعیت کارمندان حقوق بگیر دولت است و فرهنگ کارآفرینی در آن معنا و مفهومی چندانی ندارد (۲۰؛ ۲۵). در این راستا، بررسی وضعیت دانش‌آموختگان رشته‌های کشاورزی در ایران نشان می‌دهد که هر ساله تعداد بسیار زیادی دانش‌آموخته کشاورزی از دانشگاه‌های دولتی و آزاد فارغ‌التحصیل می‌شوند که بخش عمده‌ای از این تعداد یا بیکارند یا در بخش‌های غیرکشاورزی مشغول به کارند؛ به‌گونه‌ای که هم‌اکنون رشته کشاورزی جزو رشته‌هایی است که نرخ بیکاری دانش‌آموختگان در آن بالا می‌باشد (۲۶). نتایج پژوهش‌های (۴؛ ۱۷؛ ۲۷؛ ۲۹؛ ۳۲) نیز نشان‌دهنده ضعف فعالیت‌ها و اقدامات کارآفرینانه در بین دانشجویان و دانش‌آموختگان رشته کشاورزی در ایران است. این امر سبب شده که در حال حاضر خیل عظیمی از دانش‌آموختگان آموزش عالی کشاورزی کشور با مشکل اشتغال مواجه شوند؛ این در حالی است که با توجه به جنبه کاربردی و عملی رشته‌های کشاورزی و ظرفیت‌های خوداشتغالی بخش کشاورزی انتظار می‌رود که فعالیت‌ها و اقدامات کارآفرینی در میان این قشر بسیار بیش‌تر از دانش‌آموختگان سایر رشته‌های دانشگاهی است (۲۷). بر این اساس، شناسایی الزامات و پیش‌نیازهای کارآفرینی به منظور تسهیل فرآیند ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان کشاورزی استان ایلام از اهمیت و ضرورت بالایی برخوردار است.

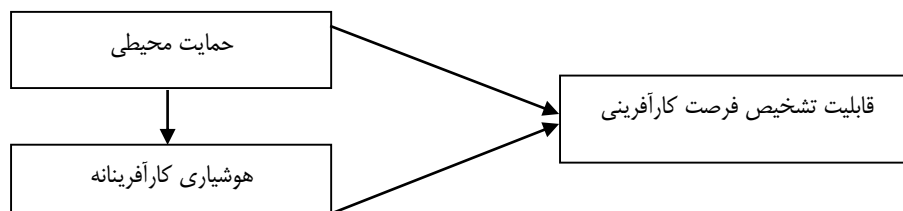
از سوی دیگر، نظر به اینکه کارآفرینی نقشی مهم در رشد اقتصادی، اشتغال‌زایی (خلق شغل) و توسعه فناوری‌های نوین دارد؛ بنابراین، یکی از عناصر حیاتی برای توسعه و پیشرفت جوامع گوناگون بشمار می‌رود (۱۳؛ ۱۵). در واقع، با افزایش نرخ بیکاری در سراسر جهان، بسیاری از دولت‌ها به اقدامات و فعالیت‌های کارآفرینانه برای ایجاد شغل (اشتغال‌زایی) توجه کرده‌اند (۱۳). مطالعات پیشین نیز طی سال‌های گذشته با بررسی این موضوع که چرا برخی افراد قصد راه‌اندازی یک کسب و کار مخاطره‌آمیز را دارند به دنبال درک و شناسایی محرک‌های توسعه کارآفرینی بودند. این صاحب‌نظران براین باورند که مقاصد کارآفرینانه تعیین‌کننده اصلی رفتار کارآفرینانه هستند (۵؛ ۳۰). در نتیجه این مطالعات، مدل‌های نیت‌محور گوناگونی برای تبیین چگونگی شکل‌گیری مقاصد کارآفرینانه توسعه یافتند (۱). با این وجود، مطالعات یاد شده تنها درک محدودی از فعالیت کارآفرینانه ارائه دادند؛ چرا که کارآفرینی صرفاً توسعه قصد نیست، بلکه در فرآیند کارآفرینی چگونگی درگیری افراد در فعالیت‌های کارآفرینانه مطرح

وجود محیط‌های حامی در هر کشوری انگیزه لازم را در کارآفرینان بالقوه (نظیر دانشجویان) برای جستجو و شکار فرصت‌های شغلی افزایش می‌دهد (۲۷؛ ۲۸). برای مثال، یک محیط دانشگاهی حمایت‌کننده با حمایت‌ها و برنامه‌های گوناگون دانشجویان را به سوی تدوین و اجرای طرح‌های کارآفرینی تشویق می‌کند (۲۲). کریمی (۴) در مطالعه‌ای نشان داد که حمایت‌های محیطی بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری دارند. افزون بر این، برخی مطالعات نقش غیرمستقیم حمایت محیطی بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی را تأیید نمودند. در این راستا، خوش‌مرام و همکاران (۷) در مطالعه‌ای نشان دادند که حمایت محیطی به صورت غیرمستقیم از راه ارتقای هوشیاری افراد منجر به شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه می‌شوند. بر این اساس، فرضیه‌ها و مدل مفهومی پژوهش به صورت زیر شکل می‌گیرند (شکل ۱).

- H1: هوشیاری کارآفرینانه تأثیر مثبت و معناداری بر قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه دارد.
- H2: حمایت محیطی تأثیر مثبت و معناداری بر قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه دارد.
- H3: حمایت محیطی تأثیر مثبت و معناداری به صورت غیرمستقیم از راه هوشیاری کارآفرینانه بر قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه دارد.

که هوشیاری مهم‌ترین عامل در شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی است. اوخلی و همکاران (۱۶) نیز در پژوهشی نشان دادند که هوشیاری کارآفرینانه یکی از تعیین‌کننده‌های اصلی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین کارآفرینان نوپای فناور دانشگاهی کشاورزی بشمار می‌رود. لیم و زیوار (۱۲) نیز بر این باورند که فرصت‌های موجود در بازار به وسیله افراد هوشیار مورد شناسایی قرار می‌گیرند. رضانی (۱۹) نیز بر این باورند که فرصت‌ها در نتیجه هوشیاری افراد شناخته می‌شوند و در واقع، هوشیاری اصلی‌ترین متغیر پیش‌بین تشخیص فرصت‌های کارآفرینی بشمار می‌رود.

افزون بر هوشیاری کارآفرینانه، تأثیر حمایت محیطی نیز بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی به اثبات رسیده است (۷؛ ۳۵؛ ۳۷). در این راستا، خوش‌مرام و همکاران (۶) اذعان کرده‌اند که چنانچه کارآفرینان به این باور برسند که دولت از ساختار انحصاری برخوردار بوده و حمایتی از کارآفرینان به عمل نمی‌آورد، جستجو برای یافتن فرصت‌ها را امر بیهوده‌ای تلقی کرده و روحیه سکون بر جامعه حاکم می‌شود. در واقع، اگر چه موفقیت افراد در راستای کسب و کارهای کارآفرینانه و شناسایی فرصت تا حد زیادی به تصمیم‌گیری‌ها و انگیزه‌های مستقل افراد بستگی دارد، اما محیط‌های حاکم بر هر کشوری این تصمیم‌گیری‌ها و انگیزه‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهند. به بیانی دیگر، سیاست‌های دولت در قبال کارآفرینان برای ارائه کمک‌های مالی به آنان، ارزشمند دانستن کسب و کارهای کارآفرینانه، فرصت‌های شغلی پیش روی کارآفرینان را ارتقا می‌بخشد. در واقع،



شکل ۱- مدل پیشنهادی پژوهش

مواد و روش‌ها

این پژوهش از نظر پارادایم، کمی؛ از لحاظ هدف، کاربردی؛ از نظر گردآوری و تحلیل داده‌ها، توصیفی-همبستگی است که از رهیافت مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر واریانس بهره برده است؛ از لحاظ میزان نظارت و درجه کنترل متغیرها، میدانی؛ و از نظر افق زمانی، تک مقطعی بود. جامعه آماری در این پژوهش شامل کلیه دانشجویان سال چهارم کارشناسی گرایش‌های گوناگون رشته کشاورزی در دانشگاه ایلام (۳۴ نفر علوم و صنایع غذایی، ۱۸ نفر گیاه‌پزشکی، ۲۰ نفر علوم باغبانی، ۱۷ نفر زراعت و اصلاح نباتات، ۱۵ نفر علوم دامی، ۲۳ نفر مکانیک بیوسیستم) به تعداد ۱۲۷ نفر بودند. حجم نمونه آماری با استفاده از جدول نمونه‌گیری کرجسی و مورگان (۹) به تعداد ۱۰۰ نفر تعیین شد. با توجه به این که دانشجویان رشته کشاورزی در شش گرایش گوناگون در دانشگاه ایلام مشغول به تحصیل هستند که ماهیت و برنامه‌های درسی و آموزشی گوناگونی را در دوران تحصیل طی می‌کنند؛ بنابراین، این احتمال وجود داشت که قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین گرایش‌های گوناگون رشته کشاورزی در دانشگاه ایلام متفاوت باشد. از این‌رو، برای گردآوری داده‌ها معتبر و دقیق در بین جامعه آماری پژوهش از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای با انتساب متناسب (بر اساس گرایش تحصیلی) بهره برده شد. بر اساس نتایج پژوهش، میانگین سن پاسخگویان ۲۲/۱ سال ($SD = 1.12$) و آن‌ها در دامنه سنی ۲۱ تا ۲۶ سال قرار داشتند؛ ۵۱ نفر (۵۱ درصد) از پاسخگویان با بیش‌ترین فراوانی دختر و ۴۹ درصد از آن‌ها پسر بودند. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها در این پژوهش، پرسش‌نامه‌ای مشتمل بر سه بخش در قالب سؤالات بسته پاسخ بود. بخش نخست پرسش‌نامه مقیاسی برای سنجش قابلیت تشخیص فرصت کارآفرینی بود؛ در این بخش بر مبنای دیدگاه (۱۸) قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی توسط ۱۳ آیتم در سه بُعد پویا رقابتی فرصت، جستجوی پیشگام فرصت و راهکار نوآورانه خلق فرصت مورد سنجش قرار گرفت. بخش دوم مقیاسی برای سنجش هوشیاری کارآفرینانه بود؛ در این بخش بر مبنای دیدگاه (۳۴) هوشیاری کارآفرینانه توسط ۱۳ آیتم در سه بُعد

جستجوی فعال داده‌ها، تطابق دانش جدید و با دانش قبلی و ارزیابی و قضاوت داده‌ها مورد سنجش قرار گرفت. بخش سوم، مقیاسی برای سنجش حمایت محیطی بود؛ در این بخش بر مبنای دیدگاه (۳۶)، حمایت محیطی توسط ۱۵ آیتم در سه بُعد حمایت دانشگاهی، حمایت دولتی و حمایت رابطه‌ای درک‌شده مورد سنجش قرار گرفت. تمام متغیرهای پژوهش در قالب طیف پنج درجه‌ای لیکرت (۱- خیلی کم تا ۵- خیلی زیاد) مورد سنجش قرار گرفتند. روایی صوری و ظاهری بخش‌های گوناگون پرسش‌نامه با استفاده از متخصصان آموزش و ترویج کارآفرینی و روایی سازه (روایی همگرا و تشخیصی) و پایایی بخش‌های گوناگون پرسش‌نامه نیز توسط ضریب آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و تک‌بعدی بودن نشانگرها بررسی و تأیید شد (جدول ۳). به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو بخش آمار توصیفی و استنباطی از نرم‌افزارهای SPSS نسخه ۲۵ و SmartPLS نسخه ۳ بهره گرفته شد. برای این منظور در بخش آمار توصیفی از میانگین و انحراف معیار و در بخش آمار استنباطی نیز از مدل‌سازی معادلات ساختاری (ارزیابی مدل اندازه‌گیری و ارزیابی مدل ساختاری) استفاده شد. ارزیابی مدل اندازه‌گیری برای بررسی روایی و پایایی متغیرهای نهفته پژوهش و ارزیابی مدل ساختاری برای آزمون فرضیه‌ها در قالب چارچوب پیشنهادی پژوهش استفاده می‌شود.

نتایج و بحث

نتایج ارائه شده در جدول ۱؛ بیانگر این است که میانگین متغیر قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین پاسخگویان برابر $3/01$ ($SD = 0.63$)؛ میانگین متغیر هوشیاری کارآفرینانه برابر $3/10$ ($SD = 0.70$)؛ و میانگین متغیر حمایت محیطی درک شده برابر $2/61$ ($SD = 0.83$) می‌باشد. با توجه به طیف مورد استفاده (طیف لیکرت پنج درجه‌ای) می‌توان اظهار نمود که وضعیت متغیرهای پژوهش در بین پاسخگویان در حد متوسط (نمره ۳) و کم‌تر از آن است.

جدول ۱- میانگین و انحراف معیار متغیرهای پژوهش

متغیرها	میانگین	انحراف معیار
قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی	۳/۰۱	۰/۶۳
هوشیاری کارآفرینانه	۳/۱۰	۰/۷۰
حمایت محیطی درک شده	۲/۶۱	۰/۸۳

شد. برای ارزیابی مدل اندازه‌گیری پژوهش از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. شاخص‌های نیکویی برازش (جدول ۲)، خلاصه نتایج (جدول ۳) و ضرایب همبستگی (جدول ۴) ارزیابی مدل اندازه‌گیری پژوهش در ادامه ارائه شده‌اند.

در ادامه برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو بخش ارزیابی مدل اندازه‌گیری و ارزیابی مدل ساختاری با استفاده از رهیافت حداقل مربعات جزئی (PLS) از نرم‌افزار SmartPLS نسخه سه استفاده

جدول ۲- شاخص‌های نیکویی برازش مدل اندازه‌گیری

RMS_Theta	NFI	SRMR	شاخص برازش
< ۰/۱۲	> ۰/۸۰	< ۰/۱۰	مقدار پیشنهاد شده
۰/۱۰	۰/۹۲	۰/۰۸۴	مقدار برآورد شده

مجزور ماتریس کوواریانس باقی‌مانده‌ها کم‌تر از ۰/۱۲ باشد، نشان از برازش مناسب مدل پیشنهادی دارد. نتایج پژوهش نشان داد که شاخص‌های ارزیابی نیکویی برازش مدل اندازه‌گیری متغیرهای نهفته پژوهش از مقداری مناسب برخوردار بودند (جدول ۲)؛ بنابراین، مدل اندازه‌گیری متغیرهای نهفته پژوهش برازش خوبی داشتند.

برازش مدل: شاخص‌های ریشه میانگین مجذور باقی‌مانده‌های استاندارد شده (SRMR)، شاخص برازش هنجار (NFI) و ریشه میانگین مجذور ماتریس کوواریانس باقی‌مانده‌ها (RMS_Theta) برای بررسی نیکویی برازش مدل‌ها در رهیافت حداقل مربعات جزئی مورد استفاده قرار می‌گیرد. چنانچه مقدار شاخص ریشه میانگین مجذور باقی‌مانده‌های استاندارد شده برای یک مدل کم‌تر از ۰/۱۰؛ شاخص برازش هنجار بیش‌تر از ۰/۹۰؛ و شاخص ریشه میانگین

جدول ۳- خلاصه نتایج ارزیابی مدل اندازه‌گیری

α	AVE	CR	t	β	ابعاد	متغیرهای نهفته
۰/۸۰	۰/۷۱	۰/۸۸	۴۳/۰۱**	۰/۹۰	پویش رقابتی فرصت	قابلیت تشخیص
			۱۲/۶۳**	۰/۷۵	جستجوی پیشگام فرصت	فرصت‌های کارآفرینی
			۱۹/۲۲**	۰/۸۷	راهکار نوآورانه خلق فرصت	
۰/۸۰	۰/۷۳	۰/۸۹	۱۳/۶۰**	۰/۸۰	جستجوی فعال داده‌ها	هوشیاری کارآفرینانه
			۲۲/۲۸**	۰/۸۶	تطابق دانش قدیم با دانش جدید	
			۳۴/۴۱**	۰/۹۰	ارزیابی و قضاوت داده‌ها	
۰/۸۲	۰/۷۳	۰/۸۹	۱۴/۷۹**	۰/۸۱	حمایت دانشگاهی	حمایت محیطی
			۱۵/۶۸**	۰/۸۴	حمایت دولتی	
			۵۳/۲۱**	۰/۹۱	حمایت رابطه‌ای	

** معناداری در سطح خطای یک درصد

دیگر شاخص‌های ارائه شده برای ارزیابی پایایی مناسب باشند. نتایج ارائه شده در جدول ۳؛ نشان داد که پایایی ترکیبی (CR) تمام سازه‌های پژوهش بیش‌تر از ۰/۶۰ و ضریب آلفای کرونباخ آن‌ها نیز بالاتر از ۰/۷۰ بود؛ بنابراین، مدل اندازه‌گیری کلیه متغیرهای نهفته پژوهش از پایایی مناسبی برخوردار بودند.

روایی همگرا: در یک قاعده سرانگشتی اگر مقدار AVE برابر ۰/۵۰ یا بیش‌تر باشد، نشان‌دهنده روایی همگرا مناسب است. نتایج ارائه شده در جدول ۳؛ نشان داد که میانگین واریانس استخراج شده (AVE) برای تمام سازه‌های پژوهش بیش‌تر از ۰/۵۰ بود؛ بنابراین، مدل اندازه‌گیری تمام متغیرهای نهفته پژوهش از روایی همگرای مناسبی برخوردار بودند.

تک‌بعدی بودن: تک‌بعدی بودن نشانگرها به این معنی است که مجموعه‌ای از آیتم‌ها (نشانگرها) که برای سنجش یک سازه به کار می‌روند تنها قادر به تبیین همان سازه باشند. برای این منظور، بار عاملی استاندارد شده بالا و معنی‌دار نشانگرها، شواهد کافی را برای تأیید تک‌بعدی بودن هر یک از آن‌ها فراهم می‌کند. نتایج ارائه شده در جدول ۳؛ نشان داد که بارعاملی استاندارد شده (β) تمامی نشانگرهای انتخابی برای سازه‌های مورد نظر بالا (بالاتر از ۰/۷۰) و از لحاظ آماری در سطح خطای یک درصد معنادار بودند ($P < 0.01$). این نتایج شواهد کافی را برای تأیید تک‌بعدی بودن نشانگرهای انتخابی در هر یک از متغیرهای نهفته پژوهش مربوطه فراهم کرد.

پایایی ترکیبی: بر اساس منابع موجود اگر مقدار CR برابر یا بیش‌تر از ۰/۷۰ باشد، نشان‌دهنده پایایی بسیار بالای آن سازه است. اگر مقدار آن بین ۰/۶ تا ۰/۷ باشد قابل قبول است به شرطی که

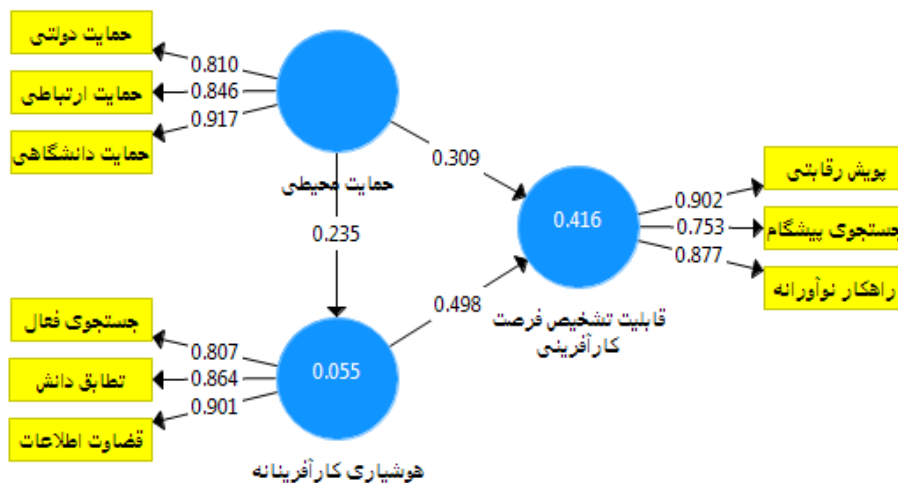
جدول ۴- جذر میانگین واریانس استخراج شده و ضرایب همبستگی

متغیرهای نهفته	۱	۲	۳
۱- قابلیت تشخیص فرصت کارآفرینی	۰/۸۵*		
۲- حمایت محیطی	۰/۴۲	۰/۸۴*	
۳- هوشیاری کارآفرینانه	۰/۲۳	۰/۵۷	۰/۸۵*

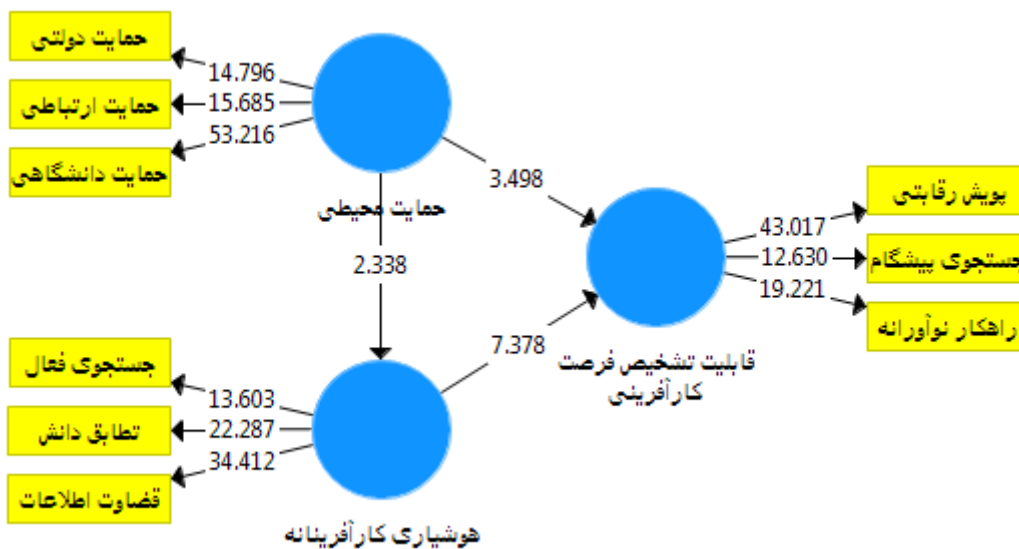
*جذر میانگین واریانس استخراج شده

روایی تشخیصی: یک معیار دقیق برای بررسی روایی تشخیصی این است که جذر مقدار میانگین واریانس استخراج شده (AVE) برای هر سازه را با همبستگی بین آن سازه با سایر سازه‌های پژوهش مقایسه شود؛ به گونه‌ای که جذر مقدار میانگین واریانس استخراج شده برای هر سازه بایستی بزرگ‌تر از همبستگی برآورد شده بین آن سازه با سایر سازه‌های پژوهش باشد. براساس نتایج ارائه شده در جدول ۴؛ مشاهده شد که جذر میانگین واریانس استخراج شده برای هر یک از سازه‌ها (0.84 < AVE < 0.85) بزرگ‌تر از همبستگی بین سازه‌ها

اندازه‌گیری تمام متغیرهای نهفته پژوهش تأیید شد. پس از تأیید مدل اندازه‌گیری متغیرهای نهفته پژوهش، به منظور آزمون فرضیه‌ها در قالب مدل پیشنهادی پژوهش از ارزیابی مدل ساختاری استفاده شد. مدل مسیر پژوهش در حالت استاندارد (شکل ۲)، در حالت معناداری (شکل ۳) و خلاصه نتایج (جدول ۵) حاصل از ارزیابی مدل ساختاری پژوهش در ادامه ارائه شده‌اند.



شکل ۲- مدل ساختاری پژوهش در حالت استاندارد



نگاره ۳- مدل ساختاری پژوهش در حالت معناداری

جدول ۵- خلاصه نتایج ارزیابی مدل ساختاری

R ²	اثر کل		اثر غیرمستقیم		اثر مستقیم		متغیر نهفته	
	t	β	t	β	t	β	برون‌زا	درون‌زا
۰/۴۲	۷/۳۷*	۰/۵۰	-	-	۷/۳۷*	۰/۵۰	هوشیاری کارآفرینانه	قابلیت تشخیص فرصت
	۴/۶۰**	۰/۴۳	۲/۳۱**	۰/۱۲	۳/۴۹**	۰/۳۱	حمایت محیطی	

** معناداری در سطح خطای یک درصد و * معناداری در سطح خطای پنج درصد

هوشیاری کارآفرینانه بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی هم‌خوانی دارد.

یافته‌های پژوهش بیانگر این بود که متغیر نهفته حمایت محیطی تأثیر مثبت و معناداری بر قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین پاسخگویان داشت. برای توجیه این یافته می‌توان به نظریه اقتصاد نهادی استناد نمود. براساس نظریه اقتصاد نهادی، حمایت‌های زمینه‌ای- محیطی نقشی مهم در شکل‌گیری نگرش‌ها، رفتارها و مهارت‌های اقتصادی افراد نظیر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی دارند (۱۴). برای مثال، وقتی دانشجویان تصور کنند که محیط- از جمله محیط دانشگاه و شرایط اقتصادی و سیاسی- از فعالیت‌های کارآفرینی حمایت می‌کند؛ احتمال بیش‌تری وجود دارد که آن‌ها اقدام به راه-اندازی یک کسب و کار جدید کنند. از طرف دیگر، وقتی آن‌ها محیط را برای کارآفرینی نامساعد تصور می‌کنند (مثلاً شرایط گرفتن وام و اعتبارات بسیار محدودکننده و مشکل باشد و یا موانع بسیار زیادی برای ورود به بازار وجود داشته باشد یا مراحل تأسیس یک شرکت بسیار زمان‌گیر و بروکراتیک باشد)، تمایل کم‌تری برای راه‌اندازی یک کسب و کار کارآفرینانه دارند (۲۲). از این رو، پر واضح است که اگر افراد شرایط و موقعیت‌های محیطی- زمینه‌ای را در راستای حمایت از فعالیت‌ها و اقدامات کارآفرینانه مثبت ارزیابی کنند در جهت شناسایی و تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه برای راه‌اندازی کسب و کارهای جدید اقدام می‌کنند. این یافته با نتایج مطالعات (۷؛ ۳۳؛ ۳۷) مطابقت دارد. افزون بر این، نتایج پژوهش تأثیر غیرمستقیم حمایت محیطی از راه هوشیاری کارآفرینانه بر قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی تأیید کرد. مطابق با این یافته، خوش‌مرام و همکاران (۷) نیز در مطالعه‌ای بر تأثیر غیرمستقیم حمایت‌ها و عوامل محیطی بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی اذعان نمود. در توجیه این یافته بدهی است که افزایش آگاهی و درک مثبت از محرک‌های محیطی نظیر حمایت‌های محیطی (حمایت‌های دانشگاهی، دولتی و رابطه‌ای) در راستای کارآفرینی منجر به بهبود هوشیاری کارآفرینانه افراد برای دنبال کردن فعالیت‌های کارآفرینانه می‌شود. در تأیید این مدعا، تانگ (۳۳) نیز معتقد است، حمایت‌های محیطی بر هوشیاری کارآفرینانه تأثیر دارد. بر این اساس، با بهبود و توسعه حمایت‌های محیطی می‌توان شاهد توسعه قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین دانشجویان رشته‌های کشاورزی بود. با توجه به نتایج پژوهش راهکارهای زیر به سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان، مدیران و آموزش‌گران نظام آموزش عالی کشاورزی در راستای ارتقای قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه پیشنهاد می‌شود:

ضریب مسیر (β): نتایج ارائه شده در جدول ۵؛ نشان داد که متغیر نهفته هوشیاری کارآفرینانه تأثیر مثبت و معناداری به صورت مستقیم در سطح خطای یک درصد بر قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه دارد (β= 0.50, t=7.37)؛ متغیر نهفته حمایت محیطی نیز تأثیر مثبت و معناداری به صورت مستقیم در سطح خطای یک درصد بر قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه دارد (β= 0.31, t=3.49)؛ و در نهایت، نتایج نشان داد که متغیر نهفته حمایت محیطی تأثیر مثبت و معناداری به صورت غیرمستقیم (از راه هوشیاری کارآفرینانه) در سطح خطای پنج درصد بر قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه دارد (β= 0.12, t=2.31). بر این اساس، تمام فرضیه‌های پژوهش تأیید شدند.

ضریب تبیین (R²): معیار اساسی برای ارزیابی مدل ساختاری ضریب تبیین (R²) است. مقادیر R² برابر با ۰/۶۷، ۰/۳۳ و ۰/۱۹ در مدل‌های ساختاری با رهیافت حداقل مربعات جزئی (PLS) به ترتیب قابل توجه، متوسط و ضعیف توصیف می‌شوند. نتایج ارائه شده در جدول ۵؛ نشان داد که ضریب تبیین متغیر نهفته قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی برابر ۰/۴۲ بود؛ بنابراین، می‌توان اظهار کرد که ۴۲ درصد از تغییرات متغیر نهفته قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی توسط متغیرهای نهفته هوشیاری کارآفرینانه و حمایت محیطی قابل پیش‌بینی است که درصد قابل قبولی می‌باشد.

نتیجه گیری و پیشنهادها

نتایج پژوهش نشان داد که هوشیاری کارآفرینانه تأثیر مثبت و معناداری بر قابلیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین پاسخگویان داشت. برای توجیه این یافته می‌توان به نظریه شناخت اجتماعی استناد نمود؛ به گونه‌ای که (۳۴) با استناد به نظریه شناخت اجتماعی بیان می‌کنند که با استفاده از فرآیند استنتاج و ارزیابی داده‌ها بایستی پیش از هر چیزی افراد را نسبت به نتایج و پیامد استنباط‌های غلط از داده‌های کسب شده و هم‌چنین، عدم توانایی آنان در قضاوت و ارزیابی داده‌های دریافت شده آگاه نمود. چنان‌چه افراد از اهمیت ارزیابی داده‌ها آگاه شوند، آن‌گاه می‌توان امیدوار بود که برای بهبود توانایی مذکور برای تشخیص وقایع و اتفاقات محیط پیرامون در خود اقدام نمایند. نظر به این‌که جستجوی فعال، استنتاج و قضاوت و ارزیابی داده‌ها از مولفه‌های کلیدی هوشیاری هستند؛ بنابراین، پرواضح است که ارتقای هوشیاری کارآفرینانه در افراد، می‌تواند به آنان در شناسایی فرصت‌های شغلی بالقوه کمک کند (۳۴). این یافته با نتایج مطالعات محققانی نظیر (۷؛ ۳۱) مبنی بر تأثیر مثبت و معنادار

✓ آشنا نمودن دانشجویان با نهادها، انجمن‌ها، مراکز و یا مؤسسات (دولتی و خصوصی) ارائه دهنده خدمات فنی و مشاوره‌ای از مرحله ثبت ایده تا راه‌اندازی و بهره‌برداری از آن؛
 ✓ آشنا نمودن دانشجویان با مؤسسات مالی و اعتباری اعطا کننده تسهیلات مالی مناسب (نظیر وام کم بهره) برای راه‌اندازی و توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه؛
 ✓ برگزاری سمینارها و دوره‌های آموزش کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کار به منظور تقویت نگرش و ارتقای توان علمی و عملی دانشجویان نسبت به مباحث و فعالیت‌های کارآفرینانه؛
 ✓ تقویت تسهیلات قانونی از جمله تسهیلات بانکی، کاهش تعرفه‌ها و میزان بیمه و همچنین، تسهیل روند ثبت و راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه در بخش کشاورزی.

تشکر و قدردانی

این مقاله مستخرج از طرح پژوهشی درون دانشگاهی تحت عنوان «تبیین‌کننده‌های تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین دانشجویان کشاورزی دانشگاه ایلام» است که با حمایت مالی دانشگاه ایلام انجام شده است. بدین وسیله از همکاری و مساعدت دانشجویان و کارکنان دانشگاه ایلام تقدیر و تشکر می‌شود.

✓ بهره‌گیری استادان و مدرسان آموزش عالی کشاورزی از روش‌های فعال آموزش و یادگیری، نظیر ایده‌پردازی، یادگیری تجربی و خدمت-محور، کار تیمی و عملی، تفکر انتقادی و حل مسئله در آموزش کشاورزی؛

✓ دعوت از کارآفرینان و به‌ویژه دانش‌آموختگان موفق در زمینه کارآفرینی بمنظور حضور در کلاس‌های درس و بیان تجارب موفق خود و همچنین تسهیل ارتباط، تعامل و تبادل نظر دانشجویان با آنان؛
 ✓ حمایت‌های مالی، فنی- مشاوره‌ای و انگیزشی استادان و مدیران دانشکده‌های کشاورزی از اجرا و راه‌اندازی ایده‌ها و طرح‌های کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی و تجاری‌سازی آن‌ها؛

✓ تدوین آیین‌نامه‌ای برای گذراندن دوره کارآموزی دانشجویان رشته‌های کشاورزی در کسب و کارهای کارآفرینانه مرتبط و یا تشویق و ترغیب دانشجویان به راه‌اندازی کسب و کارهای دانشجویی در محیط دانشگاه به جای گذراندن دوره کارآموزی؛

✓ آموزش نوشتن طرح کسب و کار به دانشجویان کشاورزی و ترغیب آن‌ها به نوشتن طرح‌های تجاری کوچک و متوسط در قالب تکالیف و کارهای انفرادی و گروهی دانشجویی؛

✓ همکاری دانشگاه‌ها با نهادهایی دیگر (نظیر فنی و حرفه‌ای، سازمان جهاد کشاورزی، پارک علم و فناوری و ...) برای ارائه خدمات آموزشی مبتنی بر کارآفرینی به دانشجویان رشته‌های کشاورزی؛

References

1. Fuller B, Liu Y, Bajaba S, Marler LE, Pratt J. Examining how the personality, self-efficacy, and anticipatory cognitions of potential entrepreneurs shape their entrepreneurial intentions. *Personality and Individual Differences*. 2018, 125, 120-125. doi:<https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.01.005>
2. Hayton J, Chandler G, Detienne D. Entrepreneurial opportunity identification and new firm development processes: A comparison of family and non-family new ventures. *Int. J. of Entrepreneurship and Innovation Management*. 2011, 13, 12-31. doi:[10.1504/IJEIM.2011.038445](https://doi.org/10.1504/IJEIM.2011.038445)
3. Kaish S, Gilad B. Characteristics of opportunities search of entrepreneurs versus executives: Sources, interests, general alertness. *Journal of Business Venturing*. 1991, 6(1), 45-61. doi:[https://doi.org/10.1016/0883-9026\(91\)90005-X](https://doi.org/10.1016/0883-9026(91)90005-X)
4. Karimi S. Studying the direct, indirect and moderating effects of institutional environment on entrepreneurial intentions of agricultural students. *Journal of Entrepreneurship Development*. 2016, 8, 371-390.
5. Kautonen T, van Gelderen M, Fink M. Robustness of the Theory of Planned Behavior in Predicting Entrepreneurial Intentions and Actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2015, 39(3): 655-674. doi:[10.1111/etap.12056](https://doi.org/10.1111/etap.12056)
6. Khoshmaram M, Shiri N, Shinnar RS, Savari M. Environmental support and entrepreneurial behavior among Iranian farmers: The mediating roles of social and human capital. *Journal of Small Business Management*. 2020, 58(5): 1064-1088. doi:[10.1111/jsbm.12501](https://doi.org/10.1111/jsbm.12501)
7. Khoshmaram M, Zarafshani K, Mirakzadeh A, Alibaygi A. Modeling Agricultural Entrepreneurial Opportunity Recognition in Kermanshah Province: Application of NVivo Software. *Journal of Rural*

- Research. 2017, 8(3): 388-403. doi:10.22059/jrur.2017.63477
8. Kirzner IM, Press U. Perception, Opportunity, and Profit: Studies in the Theory of Entrepreneurship: University of Chicago Press. 1979.
 9. Krejcie RV, Morgan DW. Determining Sample Size for Research Activities. Educational and Psychological Measurement. 1970, 30(3): 607-610. doi:10.1177/001316447003000308
 10. Leibenstein H. Discovery and the capitalist process : Israel M. Kirzner, (The University of Chicago Press, Chicago, 1985) pp. xiii + 183, \$22.50. Journal of Economic Behavior & Organization. 1988, 9(3): 315-318.
 11. Léon JAM, Lukfa M, Gorgievski MJ. Teaching Psychology of entrepreneurship: perspective from six European countries. 2008.
 12. Lim EW, Xavier SR. Opportunity Recognition Framework: Exploring the Technology Entrepreneurs. American Journal of Economics. 2015, 5, 105-111. doi:10.5923/c.economics.201501.10
 13. Neneh BN. From entrepreneurial alertness to entrepreneurial behavior: The role of trait competitiveness and proactive personality. Personality and Individual Differences. 2019, 138, 273-279. doi:https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.10.020
 14. North D. Understanding the Process of Economic Change. Princeton University Press. 2005.
 15. Obschonka M, Hakkarainen K, Lonka K, Salmela-Aro K. Entrepreneurship as a twenty-first century skill: entrepreneurial alertness and intention in the transition to adulthood. Small Business Economics. 2017, 48(3): 487-501. doi:10.1007/s11187-016-9798-6
 16. Okhli M, Didekhani H, Sharifzadeh MS, Hosseini SM. Determinants of Opportunity Recognition in the Pattern of Agricultural Tech Startups in Northern Provinces of Iran. International Journal of Agricultural Science, Research and Technology. 2019. 9(2): 65-75.
 17. Pouratashi M. Entrepreneurial Intentions of Agricultural Students: Levels and Determinants. The Journal of Agricultural Education and Extension. 2015, 21(5): 467-477. doi:10.1080/1389224X.2014.960528
 18. Puhakka V. Versatile and flexible use of intellectual capital in entrepreneurial opportunity discovery. Journal of Management Research. 2010, 2. doi:10.5296/jmr.v2i1.144
 19. Ramezani T. How to recognize entrepreneurial opportunities: A Grounded Theory-based model. 2015.
 20. Rezvanfar A, Shiri N, Kanigolzar FM. Exploring Factors Affecting Application of Soil Conservation Practices (SCPs) By Iranian Farmers. 2012, 3(5): 2383-2389.
 21. Roundy PT, Harrison DA, Khavul S, Pérez-Nordtvedt L, McGee JE. Entrepreneurial alertness as a pathway to strategic decisions and organizational performance. Strategic Organization. 2017, 16(2): 192-226. doi:10.1177/1476127017693970
 22. Schwarz EJ, Wdowiak M A, Almer-Jarz DA, Breitenecker RJ. The effects of attitudes and perceived environment conditions on students' entrepreneurial intent. Education + Training. 2009, 51(4): 272-291. doi:10.1108/00400910910964566
 23. Shane S. Prior Knowledge and the Discovery of Entrepreneurial Opportunities. Organization Science. 2000, 11(4): 448-469. doi:10.1287/orsc.11.4.448.14602
 24. Shane S. Reflections on the 2010 AMR Decade Award: Delivering on the Promise of Entrepreneurship As a Field of Research. Academy of

- Management Review. 2012, 37(1): 10-20. doi:10.5465/amr.2011.0078
25. Shiri N. Attitude toward organic agribusiness: an approach to developing sustainable business. *British Food Journal*. 2021, 123(10): 3265-3276. doi:10.1108/BFJ-02-2021-0166
 26. Shiri N, Mehdizadeh H, Khoshmaram M, Azadi H. Determinants of entrepreneurial alertness: towards sustainable agribusiness development. *British Food Journal*. 2022, 124 (7): 2279-2298. doi:10.1108/BFJ-07-2021-0825
 27. Shiri N, Mirakzadeh A, Zarafshani K. Promoting Entrepreneurial Behavior among Agricultural Students: A Two-Step Approach to Structural Equation Modeling. *International Journal of Agricultural Management and Development*. 2017, 7(2): 211-221.
 28. Shiri N, Mohammadi D, Hosseini SM. Entrepreneurial Intention of Agricultural Students: Effects of Role Model, Social Support, Social Norms and Perceived Desirability. *Archives of Applied Science Research*. 2012, 4, 829-897.
 29. Shiri N, Shinnar RS, Mirakzadeh A, Zarafshani K. Cultural values and entrepreneurial intentions among agriculture students in Iran. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 2017, 13(4): 1157-1179. doi:10.1007/s11365-017-0444-9
 30. Shirokova G, Osiyevskyy O, Bogatyreva K. Exploring the intention-behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. *European Management Journal*. 2016, 34(4): 386-399. doi:https://doi.org/10.1016/j.emj.2015.12.007
 31. Short JC, Ketchen DJ, Shook CL, Ireland RD. The Concept of "Opportunity" in Entrepreneurship Research: Past Accomplishments and Future Challenges. *Journal of Management*. 2009, 36(1): 40-65. doi:10.1177/0149206309342746
 32. Singer S, Amorós J, Moska D. *Global Entrepreneurship Monitor 2014 Global Report*. 2015.
 33. Tang J. Environmental munificence for entrepreneurs: entrepreneurial alertness and commitment. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 2008, 14(3): 128-151. doi:10.1108/13552550810874664
 34. Tang J, Kacmar KM, Busenitz L. Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities. *Journal of Business Venturing*. 2012, 27 (1): 77-94. doi:https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.07.001
 35. Tominc P, Rebernik M. Growth Aspirations and Cultural Support for Entrepreneurship: A Comparison of Post-Socialist Countries. *Small Business Economics*. 2007, 28(2): 239-255. doi:10.1007/s11187-006-9018-x
 36. Turker D, Sonmez Selcuk S. Which Factors Affect Entrepreneurial Intention of University Students? *Journal of European Industrial Training*. 2009, 33. doi:10.1108/03090590910939049
 37. Webb JW, Ireland RD, Hitt MA, Kistruck GM, Tihanyi L. Where is the opportunity without the customer? An integration of marketing activities, the entrepreneurship process, and institutional theory. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2011, 39(4): 537-554. doi:10.1007/s11747-010-0237-y