

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه پیام نور  
مرکز دکترا

رساله برای دریافت مدرک دکتری تخصصی (Ph.D.)  
رشته مدیریت بازرگانی استراتژیک

عنوان رساله:

طراحی مدل تشخیص و بهره برداری از فرصتهای کارآفرینانه  
در صنایع غذایی ایران با تاکید بر نقش دانش بازار و تکنولوژی

حسین ابوالحسینی

استاد راهنما: دکتر لطف ا... فروزنده دهکردی  
استاد مشاور اول: دکتر جهانگیر یدالهی فارسی  
استاد مشاور دوم: دکتر محمد تقی امینی

آبان ۱۳۹۱

تاریخ: ۸ / ۸ / ۹۱

شماره: ۹۱۰۲۰/۸۶۹۱



صورتجلسه دفاع از رساله دکتری تخصصی (Ph.D.)

جلسه دفاع از رساله دوره دکتری تخصصی آقای حسین ابوالحسنی دانشجوی رشته مدیریت بازرگانی به شماره دانشجویی ۸۶۹۱۰۱۰۲۰ تحت عنوان «طراحی مدل تشخیص و بهره‌برداری از فرصتهای کارآفرینانه در صنایع غذایی ایران با تاکید بر نقش دانش بازار و تکنولوژی» با حضور هیات داوران در روز دوشنبه مورخ ۱۳۹۱/۰۸/۰۸ ساعت ۱۲/۳۰ در محل ساختمان مرکز تحصیلات تکمیلی برگزار شد و هیات داوران پس از بررسی، رساله مذکور را شایسته نمره (به عدد) ... (به حروف) ... با درجه ... تشخیص داد.

ردیف	نام و نام خانوادگی	هیات داوران	مرتبه دانشگاهی	دانشگاه/موسسه	امضاء
۱	الفه اسفندی	استاد راهنما	دانشیار	سید الفهرست	
۲	جهانگیر بدالی ناری	استاد مشاور اول	دانشیار	تدیان کارافروغی	
۳	محمد تقی امین	استاد مشاور دوم	دانشیار	ریحانه کهن	
۴	مهرنگار علیزاده	استاد داور	دانشیار	محمد مصطفی	
۵	محمد مهدی پرهیزگار	استاد داور	استادیار	پیمان نوری	
۶	طیبه ابراهیمی	نماینده تحصیلات تکمیلی		ابراهیم	

اینجانب حسین ابوالحسنی دانشجوی ورودی سال ۱۳۸۶ مقطع دکتری تخصصی رشته مدیریت بازرگانی استراتژیک گواهی مینمایم چنانچه در رساله خود از فکر، ایده و نوشته دیگری بهره گرفته ام با نقل قول مستقیم یا غیرمستقیم منبع و ماخذ آنرا نیز در جای مناسب ذکر کرده ام بدیهی است مسئولیت تمامی مطالبی که نقل قول دیگران نباشد برعهده خویش میدانم و جوابگوی آن خواهم بود.

حسین ابوالحسنی  
تاریخ و امضاء

اینجانب حسین ابوالحسنی دانشجوی ورودی سال ۱۳۸۶ مقطع دکتری تخصصی رشته مدیریت بازرگانی استراتژیک گواهی مینمایم چنانچه براساس مطالب رساله خود اقدام به انتشار مقاله، کتاب، و ... نمایم ضمن مطلع نمودن استاد راهنما، با نظر ایشان نسبت به نشر مقاله، کتاب، و ... و به صورت مشترک و با ذکر نام استاد راهنما مبادرت نمایم.

حسین ابوالحسنی  
تاریخ و امضاء

کلیه حقوق مادی مترتب با نتایج مطالعات، آزمایشات و نوآوری ناشی از تحقیق موضوع این رساله متعلق به دانشگاه پیام نور میباشد.

تاریخ:

**تقدیم به:**

**پدرم که مشوق همیشگی من در کسب علم و معرفت بود**

**و**

**همسرم که بدون حمایت‌های بی دریغش انجام این مهم میسر نمی گردید**

**و**

**فرزندانم که با صبر و شکیبایی، فرصت کسب معرفت را برایم مهیا نمودند.**

## چکیده

کارآفرینی را می توان بصورت خلاصه تشخیص و بهره برداری از فرصتها تعریف نمود و تشخیص فرصت نقشی اساسی در این فرآیند ایفا می نماید. کارآفرین میبایست محیط بازار را خوب درک نموده، نیروهای مشتق و عوامل بحرانی را شناسایی کرده و به رابطه پویای واقعی در بین این اجزا پی ببرد. از طرف دیگر برخی نقش کارآفرین را بازسازی یا منقلب کننده الگوی تولید از طریق بهره برداری از یک اختراع یا یک راه حل فن آورانه که قبلاً بکار گرفته نشده، درحالیکه تولید را بهبود می بخشد و یا محصولات جدیدی را خلق می نماید، می دانند. در این تحقیق که از نوع توصیفی - اکتشافی می باشد، با رویکرد پژوهش ترکیبی، مدل مفهومی جدیدی در زمینه تاثیر دانش بازار و دانش فن آوری بصورت مستقیم و در تعامل با یکدیگر، بر روی تشخیص و بهره برداری از فرصتها را ارائه می نماید. مدل مفهومی اولیه بر اساس تحقیقات قبلی در زمینه های مرتبط استخراج و سپس طی دو مرحله ارزیابی گردید. ابتدا با بکارگیری مصاحبه نیمه ساختاریافته، مدل استنتاجی از پیشینه تحقیق، با استفاده از آرای ۸۳ نفر از خبرگان حوزه صنایع غذایی و دانشگاهی مورد ارزیابی قرار گرفته، روایی و پایایی آن مورد بررسی قرار گرفت. در این مرحله علیرغم تایید مفاهیم، ابعاد و مدل مفهومی، برخی شاخصهای جدید توسط خبرگان پیشنهاد گردید. در مرحله دوم نیز با هدف ارزیابی وضعیت موجود شرکتهای صنایع غذایی نسبت به جمع آوری داده های عملیاتی ۱۳۰ شرکت اقدام و بر مبنای تجزیه و تحلیلهای انجام شده، مدل مفهومی مورد ارزیابی قرار گرفت. با استفاده از نرم افزار PLS و SPSS الگوی معادلات ساختاری هر دو مرحله پژوهش استخراج گردید. تحلیلهای آماری با رویکرد اعتباریابی متقابل انجام و نتایج تحلیلهای هر دو مرحله، مدل مفهومی را (پس از حذف برخی از شاخصها به منظور افزایش ضریب آلفای کرونباخ) تایید نمود. یافته های این پژوهش می تواند گامی نو در جهت آشتی بین دو دیدگاه کارآفرینی بازار محور و فن آوری محور تلقی گردد که با ارائه مدلی ترکیبی-تعاملی، تاثیر مستقیم و متقابل دانش بازار و دانش فن آوری را بر تشخیص و بهره برداری از فرصتهای کارآفرینانه تایید می نماید. نتایج این پژوهش می تواند به عنوان راهنمایی برای سیاستگذاران دولتی، صاحبان صنایع و محققان در جهت دهی سازماندهی فعالیتهای کارآفرینانه مبتنی بر دانش مورد استفاده قرار گیرد.

**کلید واژه ها:** دانش بازار، دانش فن آوری، تشخیص و بهره برداری از فرصت

## فهرست مطالب ..... صفحه

۱	..... مقدمه
۳	..... فصل اول: کلیات
۴	..... ۱-۱- مقدمه
۵	..... ۲-۱- بیان مسئله
۹	..... ۳-۱- سوالات تحقیق
۱۰	..... ۴-۱- فرضیات تحقیق
۱۱	..... ۵-۱- اهمیت و ضرورت تحقیق
۱۲	..... ۶-۱- پیشینه تحقیق
۱۴	..... ۷-۱- قلمرو زمانی و مکانی تحقیق
۱۴	..... ۸-۱- محدودیتها و مشکلات تحقیق
۱۶	..... فصل دوم: مرور ادبیات موضوع، فرضیات و مدل مفهومی تحقیق
۱۷	..... ۱-۲- مقدمه
۱۷	..... ۲-۲- کارآفرینی
۱۸	..... ۱-۲-۲ دیدگاه ویژگیها
۲۱	..... ۲-۲-۲ دیدگاه شناختی
۲۲	..... ۳-۲-۲ دیدگاه رفتاری
۲۳	..... ۴-۲-۲ دیدگاه مرحله ای
۲۴	..... ۵-۲-۲ تعریف کارآفرینی
۲۵	..... ۶-۲-۲ عناصر کارآفرینی
۲۸	..... ۷-۲-۲ انواع کارآفرینی
۲۹	..... ۸-۲-۲ کارآفرینی استراتژیک
۳۱	..... ۹-۲-۲ بازاریابی - رابط کارآفرینی
۳۳	..... ۱۰-۲-۲ محیط کسب و کار و کارآفرینی

۳۶	..... فرصت	۳-۲
۳۶	..... کشف فرصت	۱-۳-۲
۳۸	..... عدم تقارن اطلاعات درمقابل شوکهای ناگهانی اطلاعاتی	۱-۱-۳-۲
۳۸	..... عامل ایجاد تغییر	۲-۱-۳-۲
۳۹	..... تشخیص، کشف و خلق فرصت	۳-۱-۳-۲
۴۲	..... انواع فرصتها	۴-۱-۳-۲
۴۵	..... سیکل حیات فرصتها	۵-۱-۳-۲
۴۷	..... فرصتهای کارآفرینانه	۲-۳-۲
۵۱	..... مدلهای کشف فرصت	۳-۳-۲
۵۲	..... مدل لانگ و مک مولان	۱-۳-۳-۲
۵۳	..... مدل بیهبو	۲-۳-۳-۲
۵۴	..... مدل کیرزئر	۳-۳-۳-۲
۵۵	..... مدل گاگلیو	۴-۳-۳-۲
۵۶	..... مدل سینگ	۵-۳-۳-۲
۵۷	..... مدل شین	۶-۳-۳-۲
۵۷	..... مدل لامپکین، هیلز و شریدر	۷-۳-۳-۲
۵۸	..... مدل مائس	۸-۳-۳-۲
۶۲	..... مدل آردیشویلی، کاردوزو و ری	۹-۳-۳-۲
۶۶	..... مدل رای	۱۰-۳-۳-۲
۶۷	..... مدل پارک	۱۱-۳-۳-۲
۶۹	..... مدل دیو	۱۲-۳-۳-۲
۷۱	..... مقایسه مدلهای تشخیص فرصت	۴-۳-۲
۷۱	..... نوآوری	۴-۲
۷۲	..... تعریف نوآوری	۱-۴-۲
۷۶	..... دانش ضمنی و صریح	۲-۴-۲



۷۷	..... جستجوی سیستماتیک دانش ۳-۴-۲
۸۰	..... خلاقیت ۴-۴-۲
۸۲	..... پایگاه دانش بنگاه ۵-۴-۲
۸۳	..... مدل‌های نوآوری ۶-۴-۲
۸۹	..... داده، اطلاعات، دانش و بینش ۵-۲
۸۹	..... ۱-۵-۲ اطلاعات و غنای اطلاعاتی
۹۰	..... دانش ۲-۵-۲
۹۲	..... بینش / بصیرت ۳-۵-۲
۹۳	..... دانش و تشخیص فرصت ۶-۲
۹۳	..... دانش تجربی ۱-۶-۲
۹۶	..... یادگیری تجربی ۲-۶-۲
۹۹	..... تجربه کارآفرینی ۳-۶-۲
۱۰۲	..... دانش قبلی و کشف ۴-۶-۲
۱۰۳	..... محرک‌های مالی و کشف ۵-۶-۲
۱۰۵	..... شومپیتر و نظریه تخریب خلاق ۷-۲
۱۰۸	..... کیرزنر و نظریه هوشیاری کارآفرینانه ۸-۲
۱۱۴	..... شومپیتر در مقابل کیرزنر ۹-۲
۱۱۷	..... نظریه نایت در مورد ابهام و قضاوت ۱۰-۲
۱۲۲	..... دانش فن آوری (تکنولوژیک) ۱۱-۲
۱۲۵	..... دانش بازار ۱۲-۲
۱۳۰	..... موفقیت یا شکست در بهره برداری از فرصتها ۱۳-۲
۱۳۰	..... شکستهای کسب و کار ۱-۱۳-۲
۱۳۱	..... شکستهای ناشی از ابهام ۲-۱۳-۲
۱۳۳	..... نحوه برخورد با شکستهای اقتصادی ۳-۱۳-۲
۱۳۵	..... موفقیت یا شکست کارآفرینانه ۴-۱۳-۲

۱۳۷	..... بهره برداری از فرصت و ارزیابی عملکرد	۱۴-۲
۱۴۰	..... مدل و مدلسازی	۱۵-۲
۱۴۲	..... سوالات و فرضیات پژوهش	۱۶-۲
	..... دانش بازار بر تشخیص و بهره برداری از فرصت تاثیر مثبت داشته و	۱-۱۶-۲
۱۴۴	..... منجر به تقویت ظرفیت سودآوری می شود	
	..... دانش فن آوری بر تشخیص و بهره برداری از فرصت تاثیر مثبت داشته	۲-۱۶-۲
۱۵۱	..... و منجر به تقویت ظرفیت سودآوری می شود	
۱۵۶	..... دانش بازار و دانش فن آوری بر یکدیگر تاثیر مثبت دارند	۳-۱۶-۲
۱۶۰	..... مدل مفهومی پژوهش	۱۷-۲
۱۶۲	..... خلاصه فصل	۱۸-۲
۱۶۳	<b>فصل سوم: روش شناسی تحقیق</b>	
۱۶۴	..... مقدمه	۱-۳
۱۶۴	..... روش شناسی و طراحی مدل تحلیل داده ها	۲-۳
۱۶۵	..... انواع تحقیق	۳-۳
۱۶۷	..... رویکردهای تحقیق	۴-۳
۱۶۷	..... رویکرد کیفی تحقیق	۱-۴-۳
۱۶۹	..... رویکرد کمی تحقیق	۲-۴-۳
۱۷۰	..... رویکردهای پژوهش ترکیبی	۳-۴-۳
۱۷۴	..... روشها و ابزارهای جمع آوری داده ها	۵-۳
۱۷۶	..... متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق	۶-۳
۱۸۲	..... جامعه آماری	۷-۳
۱۸۲	..... نمونه	۸-۳
۱۸۴	..... فرآیند تحقیق کیفی	۹-۳
۱۸۴	..... مصاحبه	۱-۹-۳
۱۸۵	..... طیف لیکرت	۲-۹-۳

۱۸۷	..... ۳-۹-۳- تحلیل عاملی
۱۸۸	..... ۳-۹-۴- روش تجزیه و تحلیل داده های کیفی
۱۸۹	..... ۳-۱۰-۱۰- فرآیند تحقیق کمی
۱۸۹	..... ۳-۱۰-۱- روش تجزیه و تحلیل داده های کمی
۱۹۰	..... ۳-۱۰-۲- تحلیل عاملی
۱۹۰	..... ۳-۱۰-۲- الگوی معادلات ساختاری
۱۹۲	..... ۳-۱۱- طراحی ابزار جمع آوری داده ها
۱۹۳	..... ۳-۱۲- فرآیند کلی پژوهش
۱۹۴	..... ۳-۱۳- خلاصه فصل
۱۹۷	<b>فصل چهارم: یافته های تحقیق</b>
۱۹۸	<b>بخش اول : تحلیل آرای خبرگان با هدف سنجش اعتبار مدل</b>
۱۹۹	..... ۴-۱-۱- مقدمه
۲۰۰	..... ۴-۱-۲- ویژگیهای جمعیت شناختی خبرگان
۲۰۱	..... ۴-۱-۳- ارزیابی اعتبار کلی (روایی محتوایی) مدل پژوهش
۲۰۱	..... ۴-۱-۴- ارزیابی ویژگیهای فنی پرسشنامه خبرگان
۲۰۲	..... ۴-۱-۵- روایی واگرایی مفاهیم اصلی پرسشنامه خبرگان
۲۰۴	..... ۴-۱-۶- تحلیل عاملی اکتشافی (EFA) پرسشنامه خبرگان
۲۰۴	..... ۴-۱-۶-۱- تحلیل عاملی ابعاد و مفاهیم اصلی در پرسشنامه خبرگان
۲۰۹	..... ۴-۱-۶-۲- همبستگی بین ابعاد و مفاهیم
۲۱۱	..... ۴-۱-۷- شاخصهای (سوالات) مناسب از دیدگاه خبرگان
۲۱۸	<b>بخش دوم : تجزیه و تحلیل داده های شرکتها با هدف ارزیابی وضعیت موجود ..</b>
۲۱۹	..... ۴-۲-۱- مقدمه
۲۲۱	..... ۴-۲-۲- تحلیل عاملی اکتشافی (EFA) پرسشنامه شرکتها
۲۲۱	..... ۴-۲-۲-۱- تحلیل عاملی پرسشنامه شرکتها
۲۲۲	..... ۴-۲-۲-۲- همبستگی بین ابعاد و مفاهیم

۲۲۵	..... ۳-۲-۴- ارزیابی ویژگیهای فنی پرسشنامه مرحله دوم (شرکتها)
۲۲۵	..... ۱-۳-۲-۴- پایایی سازه ها و روایی همگرا
۲۲۷	..... ۲-۳-۲-۴- روایی واگرایی پرسشنامه شرکتها
۲۲۸	..... ۳-۳-۲-۴- بار عاملی شاخصها و آماره t سوالات پرسشنامه شرکتها
۲۳۲	..... ۴-۲-۴- آمار توصیفی عناصر مدل مفهومی پژوهش در پرسشنامه شرکتها
۲۳۲	..... ۱-۴-۲-۴- آمار توصیفی مفاهیم اصلی
۲۳۴	..... ۲-۴-۲-۴- آمار توصیفی ابعاد پانزده گانه پژوهش
۲۳۶	..... ۵-۲-۴- بررسی فرضیات پژوهش با استفاده از تحلیل مسیر با رویکرد اعتباریابی متقابل
۲۳۷	..... ۱-۵-۲-۴- ارزیابی مدل تحلیل مسیرتحقیق پرسشنامه خبرگان
۲۴۰	..... ۲-۵-۲-۴- ارزیابی مدل تحلیل مسیرتحقیق پرسشنامه شرکتها
۲۴۲	..... ۲-۵-۲-۴- مقایسه ضرایب مدلهای تحلیل مسیر پرسشنامه خبرگان و شرکتها
۲۴۳	..... ۶-۲-۴- نتایج آزمون کراسکال والیس و آزمون من ویتنی
۲۴۴	..... ۱-۶-۲-۴- نتایج آزمون کراسکال والیس و آزمون من ویتنی برای مفاهیم اصلی
۲۴۴	..... ۲-۶-۲-۴- نتایج آزمون کراسکال والیس و آزمون من ویتنی برای ابعاد اصلی
	..... ۳-۶-۲-۴- نتایج آزمون کراسکال والیس و آزمون من ویتنی برای شاخص های
۲۴۹	..... مفهوم دانش بازار
	..... ۴-۶-۲-۴- نتایج آزمون کراسکال والیس و آزمون من ویتنی شاخص های مفهوم
۲۵۴	..... دانش فن آوری
	..... ۵-۶-۲-۴- نتایج آزمون کراسکال والیس و آزمون من ویتنی شاخص های مفهوم
۲۵۸	..... تشخیص و بهره برداری از فرصت
	..... ۶-۶-۲-۴- نتایج آزمون کراسکال والیس و آزمون من ویتنی شاخص های مفهوم
۲۶۳	..... تقویت ظرفیت سودآوری
۲۶۶	..... ۳-۴- خلاصه فصل
۲۶۸	..... <b>فصل پنجم: جمع بندی، نتیجه گیری و ارائه پیشنهادات</b>
۲۶۹	..... ۱-۵- مقدمه

۲۷۳	..... ۲-۵- بررسی فرضیه ها
	..... ۱-۲-۵- دانش بازار بر تشخیص و بهره برداری از فرصت تاثیر مثبت داشته و منجر به
۲۷۳	..... تقویت ظرفیت سودآوری می شود
	..... ۲-۲-۵- دانش فن آوری بر تشخیص و بهره برداری از فرصت تاثیر مثبت داشته و
۲۷۳	..... منجر به تقویت ظرفیت سودآوری می شود
۲۷۴	..... ۳-۲-۵- دانش بازار و دانش فن آوری بر یکدیگر تاثیر مثبت دارند
۲۷۵	..... ۳-۵- ارزیابی مدل مفهومی
۲۸۴	..... ۴-۵- نوآوریهای این پژوهش
۲۸۵	..... ۵-۵- مقایسه پیشینه تحقیق با یافته های پژوهش
۲۸۹	..... ۶-۵- پیشنهاد برای تحقیقات بعدی و اقدامات اجرایی
۲۹۳	..... پیوست شماره ۱ : نمونه پرسشنامه خبرگان
۳۰۵	..... پیوست شماره ۲ : پیشنهادات دریافتی طی مصاحبه با خبرگان
۳۱۵	..... پیوست شماره ۳ : نمونه پرسشنامه های شرکتها
۳۳۹	..... منابع

۲۴	جدول ۱-۲
۲۶	جدول ۲-۲
۴۱	جدول ۳-۲
۴۷	جدول ۴-۲
۷۲	جدول ۵-۲
۱۱۵	جدول ۶-۲
۱۱۶	جدول ۷-۲
۱۳۸	جدول ۸-۲
۱۳۹	جدول ۹-۲
۱۴۴	جدول ۱۰-۲
۱۴۵	جدول ۱۱-۲
۱۴۷	جدول ۱۲-۲
۱۴۷	جدول ۱۳-۲
۱۵۰	جدول ۱۴-۲
۱۵۴	جدول ۱۵-۲
۱۵۶	جدول ۱۶-۲
۱۷۳	جدول ۱-۳
۱۷۸	جدول ۲-۳
۲۰۰	جدول ۱-۱-۴
۲۰۱	جدول ۲-۱-۴
۲۰۲	جدول ۳-۱-۴
۲۰۳	جدول ۴-۱-۴
۲۰۵	جدول ۵-۱-۴

٢٠٦	.....	جدول ٦-١-٤
٢٠٧	.....	جدول ٧-١-٤
٢٠٨	.....	جدول ٨-١-٤
٢١٠	.....	جدول ٩-١-٤
٢١١	.....	جدول ١٠-١-٤
٢١٩	.....	جدول ١-٢-٤
٢٢١	.....	جدول ٢-٢-٤
٢٢٢	.....	جدول ٣-٢-٤
٢٢٤	.....	جدول ٤-٢-٤
٢٢٦	.....	جدول ٥-٢-٤
٢٢٧	.....	جدول ٦-٢-٤
٢٢٨	.....	جدول ٧-٢-٤
٢٢٩	.....	جدول ٨-٢-٤
٢٣٣	.....	جدول ٩-٢-٤
٢٣٤	.....	جدول ١٠-٢-٤
٢٣٨	.....	جدول ١١-٢-٤
٢٤٠	.....	جدول ١٢-٢-٤
٢٤٢	.....	جدول ١٣-٢-٤
٢٤٥	.....	جدول ١٤-٢-٤
٢٤٦	.....	جدول ١٥-٢-٤
٢٥٠	.....	جدول ١٦-٢-٤
٢٥٥	.....	جدول ١٧-٢-٤
٢٥٩	.....	جدول ١٨-٢-٤
٢٦٤	.....	جدول ١٩-٢-٤
٢٧٠	.....	جدول ١-٥

٢٧١	.....	جدول ٢-٥
٢٧٨	.....	جدول ٣-٥
٢٨٣	.....	جدول ٤-٥



۱۱	.....	نمودار ۱-۱
۳۵	.....	نمودار ۱-۲
۴۴	.....	نمودار ۲-۲
۴۶	.....	نمودار ۳-۲
۴۹	.....	نمودار ۴-۲
۵۱	.....	نمودار ۵-۲
۵۳	.....	نمودار ۶-۲
۵۴	.....	نمودار ۷-۲
۵۶	.....	نمودار ۸-۲
۵۷	.....	نمودار ۹-۲
۵۸	.....	نمودار ۱۰-۲
۵۹	.....	نمودار ۱۱-۲
۶۵	.....	نمودار ۱۲-۲
۶۷	.....	نمودار ۱۳-۲
۶۸	.....	نمودار ۱۴-۲
۷۰	.....	نمودار ۱۵-۲
۸۴	.....	نمودار ۱۶-۲
۸۴	.....	نمودار ۱۷-۲
۸۵	.....	نمودار ۱۸-۲
۸۶	.....	نمودار ۱۹-۲
۸۷	.....	نمودار ۲۰-۲
۸۸	.....	نمودار ۲۱-۲
۱۰۵	.....	نمودار ۲۲-۲
۱۲۵	.....	نمودار ۲۳-۲

۱۲۸	.....	نمودار ۲-۲۴
۱۵۳	.....	نمودار ۲-۲۵
۱۵۷	.....	نمودار ۲-۲۶
۱۵۹	.....	نمودار ۲-۲۷
۱۶۰	.....	نمودار ۲-۲۸
۱۶۱	.....	نمودار ۲-۲۹
۱۷۷	.....	نمودار ۳-۱
۱۹۶	.....	نمودار ۳-۲
۲۰۵	.....	نمودار ۴-۱-۱
۲۰۶	.....	نمودار ۴-۱-۲
۲۰۷	.....	نمودار ۴-۱-۳
۲۰۸	.....	نمودار ۴-۱-۴
۲۳۳	.....	نمودار ۴-۲-۱
۲۳۵	.....	نمودار ۴-۲-۲
۲۳۶	.....	نمودار ۴-۲-۳
۲۳۹	.....	نمودار ۴-۲-۴
۲۴۱	.....	نمودار ۴-۲-۵
۲۷۷	.....	نمودار ۵-۱

## مقدمه

فرصت‌ها رکن کارآفرینی هستند و مطالعه کارآفرینی مستلزم مطالعه فرصت‌ها است. بدون فرصت، کارآفرینی وجود نخواهد داشت. مطالعات در زمینه کارآفرینی در حال رشد می‌باشد. این علایق در مطالعات متعددی که در این حوزه صورت گرفته است مشهود است. مطالعات انجام شده توسط محققان مختلف بر روی اجزا و عناصر تاثیر گذار بر روی تشخیص فرصت انجام شده است. یکی از موضوعات اصلی مورد پژوهش در مطالعات فرصت‌های کارآفرینی به چرا، چه وقت و چطور یک نفر فرصتی را تشخیص می‌دهد در حالیکه دیگران نمی‌توانند این کار را انجام دهند (شین و ونکاتارامن، ۲۰۰۰). شین (۲۰۰۰) استدلال می‌کند کارآفرینان فرصتهایی را کشف می‌کنند که با دانش قبلی آنها مرتبط هستند. این استدلال با نظر مکگرات (۱۹۹۶) و رونزات (۱۹۸۸) که ادعا نمودند کارآفرینان موجود احتمالاً به فرصتهایی دسترسی دارند که دیگران نمی‌توانند شناسایی نمایند زیرا دانش خاصی دارا هستند که ناشی از تجربیات کارآفرینانه ایجاد شده است. تحقیقات در زمینه کارآفرینی مکرر نشان می‌دهد که خلق فرصت ممکن است ماحصل دانشی باشد که از تجربه کارآفرینانه قبلی ایجاد شده باشد (آکباساران و وستهد، ۲۰۰۱).

تحقیقات در زمینه فرصت‌ها، تاثیر دانش قبلی بر تشخیص فرصت را تایید می‌کنند. کارآفرینان تنها هنگامی فرصت‌ها را تشخیص می‌دهند که دانش و تجربه قبلی آنها به آنها اجازه می‌دهد تا ارزش اطلاعات جدید را تشخیص دهند (بارن، ۲۰۰۶). کارآفرینان به فرصتهایی توجه می‌نمایند که مکمل دانش قبلی آنها باشد (هاینی، شیفرد و مک مولن، ۲۰۰۹). سطح دانش قبلی، توانایی ارزشیابی و استفاده از دانش بیرونی را افزایش میدهد (مووری، ۱۹۸۳). این دانش قبلی یک **دالان دانش** را خلق مینماید که به افراد اجازه میدهد فرصت‌های خاصی را کشف نمایند (کیرزرنر، ۱۹۸۵؛ ونکاتارامن، ۱۹۹۷). وون هپیل (۱۹۸۸) استدلال می‌کند کارآفرینان برای حل مشکلات مشتری که از طریق تجربه آنها را شناسایی کرده اند اقدام به تاسیس شرکت جدید مینمایند و شین (۲۰۰۰) متوجه شده است که دانش قبلی در مورد مشکلات مشتری بر روی کشف راه حل، تاثیر می‌گذارد. زهرا (۱۹۹۶) استدلال می‌کند که برای کسب موفقیت، یک بنگاه نه تنها بایستی استراتژی و ساختار خود را با محیط تنظیم نماید، بلکه باید محوریت تکنولوژی خود را با پیچیدگی محیط و تقاضاهای تکنولوژیک آن تنظیم نماید. گنیوالی و فوگل (۱۹۹۴) استدلال می‌کنند که فرآیند کارآفرینی به شدت تحت تاثیر موضوعات اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، و مرتبط با بازار است. ری و کاردوزو (۱۹۹۶) چنین استدلال می‌کنند که هرگونه تشخیص فرصت بوسیله یک

کارآفرین، مستلزم نوعی هوشیاری اطلاعاتی است. آنها این نیاز را هوشیاری کارآفرینانه نامیدند و آن را به نوعی گرایش به شناخت و آگاهی و حساس بودن به اطلاعات درباره اهداف، وقایع و الگوهای رفتاری در محیط، به همراه حساسیت ویژه به ایجاد کنندگان و حل کنندگان مشکلات، نیازها و علائق برآورده نشده، تعریف نمودند و چنین ادعا کردند که ویژگیهای شخصیتی و محیط با یکدیگر تعامل نموده تا شرایطی را فراهم نموده تا هوشیاری کارآفرینانه بیشتری را بپروانند.

بر این اساس می توان دو دیدگاه مختلف در مورد دانش اثرگذار بر روی فرآیند تشخیص فرصت را مطرح نمود. برخی به تبعیت از کیرزنر معتقدند کارآفرین میبایست محیط بازار را خوب درک نموده، نیروهای مشتق و عوامل بحرانی را شناسایی کرده و به رابطه پویای واقعی در بین این اجزا پی ببرد و به عبارت دیگر این دانش بازار است که پیشبرنده فرآیند تشخیص فرصت می باشد. از سوی دیگر برخی به تبعیت از شومپیتر معتقدند فرصتهای کارآفرینانه را می توان بر اساس نوآوریهای تکنولوژیک جستجو نمود. دانش فن آوری (تکنولوژیک) زمینه های لازم را برای نوآوری فراهم نموده و موجب خلق محصولات و خدمات جدید و یا بهبود محصولات و خدمات فعلی می گردد؛ به عبارت دیگر تحولات فن آورانه و نوآوریهای فنی پیشبرنده فرآیند تشخیص فرصت می باشند. در هر دو صورت دانش قبلی به عنوان نهاده فرآیند تشخیص و بهره برداری از فرصت ایفای نقش می نماید. چه دانش قبلی در زمینه بازار و چه دانش قبلی در زمینه فن آوری پیشبرنده فرآیند تشخیص فرصت باشد، یک کارآفرین پس از تشخیص فرصت به دنبال بهره برداری از آن فرصت بوده تا سود اقتصادی کسب نماید.

هدف از این تحقیق، بررسی تاثیر مستقیم دانش قبلی در زمینه بازار و دانش قبلی در زمینه فن آوری (تکنولوژیک) بر روی تشخیص و بهره برداری از فرصتهاست و همچنین تاثیر متقابل دانش قبلی در زمینه بازار و دانش قبلی در زمینه فن آوری (تکنولوژیک) بر روی یکدیگر و (بصورت غیرمستقیم) بر روی تشخیص و بهره برداری از فرصتها، می باشد.

در ایران نیز موضوع کارآفرینی از عمر کوتاهی برخوردار است و هنوز نتوانسته است توجه محققان را به اندازه کافی به خود جلب نماید. علیرغم تلاشهایی که در حوزه های دانشگاهی محقق گردیده است، در بین صنایع مختلف و بویژه صنایع غذایی تلاش قابل توجهی در زمینه مطالعه فرآیند کارآفرینی و تشخیص فرصت انجام نشده است. به همین دلیل این مطالعه در بین صنایع غذایی ایران، که یکی از مهمترین صنایع کشور می باشد، انجام شده است.