

## Analysis of factors affecting the development of small-scale businesses in agriculture: a case study of honey production enterprise in Ardabil province

Azadeh Zirak<sup>1</sup>, Hadi Sanaeipour<sup>2\*</sup>, Abdolghani Rastegar<sup>3</sup>,  
Mohammadbagher Gorji<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Department of Entrepreneurship, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran

<sup>2</sup> Department of Management, Faculty of Humanities, Azadshahr, Gonbad Kavous University, Gonbad Kavous, Iran,  
Email: sanaeipour@gonbad.ac.ir

<sup>3</sup> Department of Management, Faculty of Humanities, Azadshahr, Gonbad Kavous University, Gonbad Kavous, Iran

<sup>4</sup> Department of Management, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran

### Article Info

**Article type:**  
Research Full Paper

### Article history:

Received: 16.02.2023

Revised: 18.02.2023

Accepted: 26.02.2023

### Keywords:

Agricultural business  
entrepreneurship  
development  
agricultural  
entrepreneurship  
beekeeping industry

### ABSTRACT

Honey production and beekeeping businesses represent a significant production sector in the country and are considered a key area of agricultural entrepreneurship that has recently gained attention in many regions. This research aims to explore the factors influencing the development of honey production businesses in Ardabil Province, employing a survey strategy through the use of questionnaires. Entrepreneurs and business owners in the honey production sector in Ardabil Province comprised the statistical population of the study. Utilizing the Krejcie and Morgan table and a multi-stage sampling method, 367 individuals were selected to complete the researcher-designed questionnaire as a research tool. The collected data were analyzed using SPSS software through exploratory factor analysis and the Wilcoxon test. Overall, the factor analysis of 32 items related to the development of honey production businesses extracted five factors as follows: marketing and sales components, institutional support components, technical knowledge components, educational and promotional components, and service and infrastructure components. These five factors accounted for 22.17%, 18.52%, 11.17%, 10.95%, and 9.62% of the total variance of the components, respectively. The results of the Wilcoxon test demonstrated that the items related to identifying export markets and facilitating exports to achieve higher economic value from production, establishing a global brand for the honey product produced in the region, and effective and gradual oversight along with legal actions against producers of counterfeit honey exhibited the greatest discrepancies between the current and desired states.

**Cite this article:** Zirak, A., Sanaeipour, H., Rastegar, A.Gh., Gorji, M.b. 2025. Analysis of factors affecting the development of small-scale businesses in agriculture: a case study of honey production enterprise in Ardabil province. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 12 (3), 55-68.



© The  
author(s)



[10.22069/jead.2023.21062.1703](https://doi.org/10.22069/jead.2023.21062.1703)

Publisher: Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources

## واکاوی مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای کوچک مقیاس در بخش کشاورزی: مطالعه موردی کسب‌وکارهای تولید عسل در استان اردبیل

آزاده زیرک<sup>۱</sup>، هادی ثنائی‌پور<sup>۲\*</sup>، عبدالغنی رستگار<sup>۳</sup>، محمدباقر گرجی<sup>۴</sup>

<sup>۱</sup> گروه کارآفرینی، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

<sup>۲</sup> گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی آزاد شهر، دانشگاه گنبد کاووس، گنبد کاووس، ایران، رایانامه: sanacepour@gonbad.ac.ir

<sup>۳</sup> گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی آزاد شهر، دانشگاه گنبد کاووس، گنبد کاووس، ایران

<sup>۴</sup> گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

| اطلاعات مقاله                                                                                         | چکیده                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>نوع مقاله:</b><br>مقاله کامل علمی- پژوهشی                                                          | کسب‌وکارهای مبتنی بر زنبورداری و تولید عسل یکی از بخش‌های مهم تولیدی در کشور و همچنین یکی از محورهای کارآفرینی کشاورزی محسوب می‌شود که اخیراً در بیشتر مناطق کشور مورد توجه قرار گرفته‌اند. این پژوهش با هدف واکاوی مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه کسب-وکارهای تولید عسل در استان اردبیل، از طریق راهبرد پیمایش و با استفاده از پرسشنامه به انجام رسیده است. کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکار در حوزه تولید عسل در استان اردبیل، جامعه آماری پژوهش را تشکیل دادند. با استفاده از جدول کرجسی مورگان و نیز روش نمونه‌گیری چند مرحله‌ای، ۳۶۷ فرد جهت تکمیل پرسشنامه محقق‌ساخته به عنوان ابزار تحقیق انتخاب شدند. با استفاده از نرم‌افزار SPSS، داده‌های گردآوری شده از طریق تحلیل عاملی اکتشافی و آزمون ویلکاکسون مورد تحلیل قرار گرفت. در مجموع، تحلیل عاملی ۳۲ گویه مرتبط با توسعه کسب‌وکار تولید عسل، به استخراج پنج عامل به شرح زیر منجر شده است: مؤلفه‌های بازاریابی و فروش، مؤلفه‌های حمایت نهادی، مؤلفه‌های دانش فنی، مؤلفه‌های آموزشی و ترویجی و مؤلفه‌های خدماتی و زیرساختی. این پنج عامل به ترتیب توانسته‌اند ۲۲/۱۷، ۱۸/۵۲، ۱۱/۱۷، ۱۰/۹۵ و ۹/۶۲ درصد از واریانس کل مؤلفه‌ها را تبیین نمایند. نتایج آزمون ویلکاکسون نشان داد که گویه‌های شناسایی بازارهای صادراتی و تسهیل صادرات جهت دستیابی به ارزش اقتصادی بالاتر تولید، ایجاد برند جهانی برای محصول عسل تولیدی در منطقه و نظارت موثر و گام به گام و برخورد قانونی با تولیدکنندگان عسل تقلبی، دارای بیشترین اختلاف در وضع موجود و مطلوب هستند. |
| <b>واژه‌های کلیدی:</b><br>کسب و کار کشاورزی<br>توسعه کارآفرینی<br>کارآفرینی کشاورزی<br>صنعت زنبورداری |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

**استناد:** زیرک، آزاده؛ ثنائی‌پور، هادی؛ رستگار، عبدالغنی؛ گرجی، محمدباقر. (۱۴۰۴). واکاوی مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه کسب و کارهای کوچک مقیاس در بخش کشاورزی: مطالعه موردی کسب و کارهای تولید عسل در استان اردبیل. *مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی*، ۱۲ (۳)، ۵۵-۶۸.

## مقدمه

کارآفرینی به عنوان یک مجرای مهم برای ایجاد تحول در تولید محصولات و فرآیندهای پایدار شناخته شده است (Bignotti et al., 2021). محققان مختلفی (Acs et al., 2008; Horne et al., 2020; Santos, 2012) از کارآفرینی به عنوان یک راه‌حل پایدار برای بسیاری از معضلات جوامع در کشورهای مختلف جهان حمایت می‌کنند. یکی از این معضلات، وضعیت بخش کشاورزی در سراسر جهان است که برای معیشت بسیاری از مردم حیاتی است (FAO, 2020) و ابزاری حیاتی برای ریشه‌کنی فقر و گرسنگی است (Gil et al., 2019). به کارگیری اصول و شیوه‌های کارآفرینی در این بخش برای تداوم حیات آن ضروری تلقی می‌شود (فیتز کوچ و همکاران، ۲۰۱۸). پایه و اساس حوزه علمی کارآفرینی کشاورزی، بر توسعه کسب‌وکارهایی جدیدی قرار دارد (Pindado and Sanchez, 2017)، که با بهره‌برداری پایدار از منابع موجود زمینه‌سازی کسب درآمد پایدار برای کارآفرینان این بخش هستند (Seuneke et al., 2013).

کسب‌وکارهای جدید در کشاورزی به دلیل بهره‌مندی از مزیت‌هایی چون بهره‌برداری پایدار از منابع، ساختار مالکیت و مدیریت منعطف، پیوند با بازار، قدرت جذب دانش و فناوری پیشرفته، نوآوری در فرآیند تولید و توسعه زنجیره ارزش برای دستیابی به ارزش افزوده بالا بستری مساعد برای توسعه کارآفرینی به شمار می‌روند (APO, 2003). کسب و کارهای مبتنی بر زنبورداری و تولید عسل یکی از بخش‌های مهم تولیدی در کشور و همچنین یکی از محورهای کارآفرینی کشاورزی محسوب می‌شود که اخیراً در بیشتر مناطق کشور مورد توجه قرار گرفته‌اند (معصومی و اصغری‌پور، ۱۴۰۰). کسب‌وکارهای فعال در زنجیره ارزش تولید عسل در بیشتر کشورهای

جهان از بخش‌های سودآور اقتصادی محسوب می‌شوند (مخبر و غفاری، ۱۳۹۷) و نقش مهمی در حفظ اکوسیستم‌های جهان دارد (Mushonga et al., 2019). علاوه بر سودآوری اقتصادی، تأثیر مثبت فعالیت‌های زنبورداری بر محیط‌زیست (Mburu, 2019; Ramadani et al., 2015) و ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی آن در بیشتر نواحی روستایی کشورهای در حال توسعه (Kahn et al., 2017) باعث جلب علاقه کارآفرینان به این نوع کسب‌وکار شده است.

به عنوان یک استان پیشرو در کشاورزی با منابع طبیعی زیاد، کارآفرینی در بخش کشاورزی اردبیل یک فعالیت کلیدی برای توسعه روستایی محسوب می‌شود. با توجه به تحقیقات علمی و میدانی انجام گرفته، استان اردبیل یکی از مراکز اصلی تولید عسل مرغوب و طبیعی و درمانی کشور محسوب می‌شود، بنابراین رشد کسب‌وکارهای فعال در فرآیند زنجیره ارزش عسل موضوعی بسیار مهم در برنامه‌ریزی توسعه استان تلقی می‌شود. طبق اسناد بالادستی (از جمله در برنامه‌ریزی طرح آمایش استان اردبیل (۱۴۰۱)، تعداد هفت‌هزار و چهارصد نفر در استان اردبیل به این فعالیت مشغول هستند که بیانگر نقش زیاد آن در اشتغال و تولید کشاورزی استان است. به علاوه کسب‌وکارهای تولید عسل، دارای مزایای فراوانی برای محیط‌زیست هستند و ضمن این که پاک و غیر آلاینده محسوب می‌گردند، کمک مؤثری به فرآیند گردافشانی و رشد سایر گیاهان نیز می‌کند (Caplo and Paris, 2008). همچنین کسب‌وکارهای مبتنی بر پرورش زنبور علاوه بر تولید مستقیم محصولات از قبیل عسل، گرده، بره موم، ژل رویال نقش داشته (مخبر و غفاری، ۱۳۹۷) در صنایع غذایی، تولیدات بهداشتی، تزئینی و جذب گردشگر نیز

تجارت پرسودی را در سراسر دنیا ایجاد نموده است (بهشتی و منفرد، ۱۳۹۱).

در سند برنامه‌ریزی طرح آمایش استان اردبیل (۱۴۰۱)، ذیل برنامه توسعه پرورش و اصلاح دام و طیور آبزیان، توسعه زنبورداری و مدیریت یکپارچه توزیع محصولات مرتبط با آن در قالب دو پروژه ایجاد مراکز متوسط و کوچک صنعتی تولید عسل و پروژه یکپارچه‌سازی شبکه توزیع، تولید و بازاریابی عسل در چارچوب همکاری و مکمل‌گرایی با مراکز تولید ملی مورد تأکید قرار گرفته است. طبق این اسناد تلاش مدیران برای جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و دولتی در قالب این پروژه‌ها باید تسریع شود. طبق آمار سازمان جهاد کشاورزی استان، سالانه ۱۳/۷ درصد به طور متوسط به تعداد کندوهای سنتی و مدرن استان افزوده شده است. این در حالی است که متوسط رشد تعداد کندوها در سطح کشور تنها ۶/۷ درصد است. از طرفی متوسط نرخ رشد تولیدات استان ۱۴/۹ درصد و متوسط نرخ رشد در سطح ملی در حدود ۹/۷ درصد است. علاوه بر اینها، در طی سال‌های اخیر روند جایگزینی کندوهای مدرن با بومی روند رشد قابل توجهی داشته است به طوری که تعداد کندوهای بومی از ۶۴۴۴ در سال ۱۳۹۴ به ۱۲۶۰ تقلیل یافت و در همان دوران تعداد کندوهای مدرن به ۷۱۱۵۵۶ کندو افزایش یافته است. اما نکته قابل توجه در این میان این است که با وجود افزایش تعداد کندوها در برخی سال‌ها تولید عسل در استان کاهش نیز داشته است. به طور مثال در سال ۱۳۹۴ تعداد کندوها از ۳۲۳ هزار به ۷۱۱ هزار افزایش یافته اما میزان تولید از ۶/۸۷ هزار تن به ۶/۱ هزار تن تقلیل یافته است (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان اردبیل، ۱۳۹۷). بنابراین علیرغم توجه زیاد که به این نوع کسب‌وکارها می‌شود، اما همچنان سطح تولید و اشتغال‌زایی آن مطابق برنامه پیش نرفته است. در این

راستا نیاز است که عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای تولید عسل در استان اردبیل مورد بررسی قرار گیرد تا بتوان با نتایج آن، برنامه‌ریزی لازم برای گسترش این کسب‌وکارها و همچنین بهبود سودآوری آن در راستای افزایش رفاه فردی فعالان این نوع کسب‌وکار انجام داد.

### مبانی نظری و پیشینه تحقیق

**مفهوم کارآفرینی کشاورزی:** کارآفرینی کشاورزی به عنوان یک زمینه تحقیق علی و عملی نقطه تلاقی بین کارآفرینی به عنوان یک رشته و کشاورزی به عنوان یک بخش اقتصادی است (Bignotti et al., 2021). در این راستا کشاورزان ممکن است در برخی موارد به عنوان کارآفرین در نظر گرفته شوند (Dias et al., 2019). کارآفرینی کشاورزی - که به آن «کارآفرینی مزرعه» یا «کارآفرینی کشاورزی/کسب‌وکار کشاورزی» نیز گفته می‌شود، اساساً کاربرد اصول کارآفرینی در اجرای یک فعالیت کشاورزی است (Dias et al., 2019). علاقه رو به رشد در این زمینه را می‌توان به اهمیت کشاورزی به عنوان یک بخش برای اقتصاد جهانی نسبت داد که نماینده ۴ درصد از تولید ناخالص داخلی جهانی و استخدام ۲۷ درصد از نیروی کار جهانی است (FAO, 2020). همچنین اشاره شده است که کارآفرینی در بخش کشاورزی نه تنها مزارع کشاورزی را به تصویر می‌کشد، بلکه صنایع مختلفی مانند کشاورزی، دامپروری، شیلات، فرآوری مواد غذایی، مزارع، فرآوری غیرغذایی و بسیاری موارد دیگر را در نقاط مختلف جهان مورد تأکید قرار می‌دهد (D'Silva et al., 2010).

**کسب‌وکار کشاورزی:** به زبان ساده عنوان تولید و توزیع محصولات کشاورزی: عملیات تولید در مزرعه، ذخیره سازی، پردازش و توزیع کالاها و اقلام تولید شده از مزرعه توصیف شده است (Bignotti et al., 2021).

کنار آموزش مهارت‌های کارآفرینانه مدیریتی به تولیدکنندگان لازمه توسعه کسب‌وکارهای پرورش قارچ است.

به‌طور کلی مطالعاتی که متمرکز بر کسب‌وکار زنبور عسل باشند، اندک است، اما جنبه‌های مختلف فنی، اقتصادی و اجتماعی این نوع کسب‌وکار به طرق مختلف در مطالعات پیشین مورد بررسی قرار گرفته است. در بررسی رابطه بین کارایی تولید با اندازه واحد پرورش زنبور عسل در استان مازنداران، مجاوریان و سالاری‌نا (۱۳۹۲) با گردآوری اطلاعات از ۵۰ زنبوردار گزارش کردند که بیشتر واحدهای تولید عسل ناکارا هستند. بررسی تأثیر اندازه بر کارایی حاکی از وجود رابطه معکوس بین کارایی و اندازه زنبورستان بود که بیشتر زنبورداران فاقد اندازه بهینه زنبورستان بودند و پیشنهاد شد که این در توسعه این نوع کسب‌وکارها مقیاس بزرگ مد نظر قرار گیرد. میری و شعبانعلی فمی (۱۳۹۴) مطالعه‌ای با هدف بررسی مؤلفه‌ها و عوامل مؤثر بر توسعه کسب و کارهای کشاورزی انجام دادند. یافته‌ها نشان داد که، مؤلفه‌ها و سازه‌های عمده مؤثر بر توسعه کسب و کارهای کشاورزی عبارتند از: ابعاد فردی (انگیزه‌مندی و هدفمندی اقتصادی، اجتماعی و حرفه‌ای، قابلیت‌ها و توانمندی‌های فردی)، ابعاد کسب‌وکار (تأمین و بهره‌برداری بهره‌ورانه و مدیریت منابع تولید، توسعه منابع انسانی، ارتباطات و پیوندها، مدیریت بازار، مدیریت کسب و کار و کارکردهای حرفه‌ای در زمینه کسب‌وکار)، یادگیری و حرفه‌آموزی در زمینه کسب و کار؛ فضای حمایتی (نهادهی، خانواده و معنوی) محیط؛ زیرساخت و فضای کسب و کار (محیط طبیعی، محیط کلان اقتصادی، اجتماعی و نهادی کسب و کارهای کشاورزی). در بررسی وضعیت اقتصادی صنعت زنبورداری در منطقه الموت، پرهیزگار و مظفری (۱۳۹۵) گزارش کردند که نزدیک به نصف زنبورداران در سطح غیرحرفه‌ای فعالیت می‌کنند و

کسب‌وکار (2021; Davis and Goldberg, 1957). کشاورزی بر دیدگاه یکپارچه از نظام تولید غذایی تأکید دارد که از تحقیق و عرضه نهاده از طریق تولید، پردازش و توزیع تا خرده‌فروشی‌ها و مصرف‌کننده گسترش می‌یابد (King et al., 2010). همچنین برخی مطالعات، کسب‌وکار کشاورزی را به عنوان محصولات یا خدمات ایجاد شده در طول زنجیره ارزش کشاورزی از تولید و توزیع نهادهای تولیدی در مزرعه تا تحویل محصول نهایی به مصرف‌کننده در نظر می‌گیرند (Bignotti et al., 2021). در بیشتر کشورهای جهان، اکثر کسب‌وکارهای کشاورزی بر تولیدات مزرعه تمرکز می‌کنند و تعداد کمی از آنها در سایر بخش‌های زنجیره ارزش فعالیت می‌کنند.

تحقیقات مختلفی در زمینه عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای کشاورزی انجام شده است و در ادامه در دو بخش کلی کسب‌وکار کشاورزی و همچنین عوامل مؤثر بر توسعه تولید عسل، زنبورداری و فرآورده‌های زنجیره ارزش عسل مورد اشاره قرار می‌گیرد. نوربخش (۱۳۹۰) با تمرکز بر کسب‌وکارهای تولید قارچ عواملی را مانند تأمین نقدینگی، ارائه یارانه سوخت و انرژی، تأمین تجهیزات به روز، و تبلیغات و فرهنگ‌سازی در خصوص مصرف قارچ، افزایش دانش فنی در زمینه تولید قارچ، خاک پوششی و سایر عوامل تولید قارچ، مانند بذر خوب، کمپوست خوب را برای توسعه کسب‌وکارهای تولید قارچ مهم ارزیابی کردند. در تحقیقی دیگر توسط محبوبی (۱۳۹۵) در خصوص شناخت موانع توسعه کسب‌وکارهای پرورش قارچ خوراکی در نواحی روستایی استان گلستان بیان شد که مواردی مانند شناخت روش‌های تبلیغاتی، تأمین سرمایه و نقدینگی، ایجاد اتحادیه و تشکل برای تولیدکنندگان، مناسب‌سازی قیمت آب، برق و گاز، تأمین خدمات مشاوره‌ای و ترویجی، توجه به آموزش‌های فنی پرورش قارچ خوراکی در

میزان تولید آنها به شدت تحت تأثیر قیمت نهاده‌های شکر و موم است. بنابراین ثبات بازار نهاده عامل مهمی برای توسعه این نوع کسب‌وکار ارزیابی شد. حیدری و همکاران (۱۳۹۷) در بررسی خوشه‌های کسب‌وکار کشاورزی در ایران بیان کردند که ترویج و توسعه خوشه‌ها دارای مزایای زیادی است که از جمله آنها می‌توان به؛ افزایش بهره‌وری، سهولت دسترسی به منابع عمومی و اطلاعات، رشد سریع‌تر نوآوری، شکل‌گیری کسب و کارهای جدید، جذب سرمایه‌گذاران، کاهش هزینه‌ها، مدیریت بهتر مزرعه، دسترسی به بازار و بهبود بازاریابی و افزایش درآمد ذینفعان خوشه اشاره کرد. کرمی فرد و گراوندی (۱۳۹۹) در مطالعه کسب‌وکارهای دامپروری تأکید کردند که توانمندی دیجیتالی و هوشمندسازی واحدهای دامپروری‌های ضرروت گذار از تولید سنتی به صنعتی است. با توجه به نقش توانمندی دیجیتالی مدیران در هوشمندسازی کسب‌وکارهای دامپروری پیشنهاد شد که برنامه‌ریزان و مسئولان ترویج و آموزش کشاورزی شهرستان، آموزش و توسعه توانمندی‌های دیجیتالی بهره‌برداران را در سر لوحه کارهای ترویجی خود قرار دهند. معصومی و اصغرپور (۱۴۰۰) در یک پژوهش زنجیره ارزش زنبورداری و تولید عسل را بررسی کردند. جهت تحلیل داده‌ها از روش‌های دلالت پژوهی، معیار پایه و تاپسیس استفاده شد. مطابق با یافته‌های پژوهش، انتقال دستاوردهای علمی مؤسسات آموزشی-پژوهشی جهت استفاده کاربردی زنبورداران از طریق کارگاه‌ها و سمینارها در مقایسه با سایر راهبردها دارای بیشترین امتیاز می‌باشد و پس از آن راهبردهای زمینه‌سازی فرهنگی جهت همکاری کشاورزان با زنبورداران جهت اطلاع از زمان سم‌پاشی در نزدیکی کلونی‌ها و مطالعه زنجیره ارزش و ایجاد شیوه نامه‌های اجرایی-عملیاتی در سطح کلان و خرد جهت استقرار زنجیره ارزش محصولات مرتبط با زنبورعسل در جایگاه‌های بعدی قرار دارند.

بررسی تحقیقات پیشین بیانگر این است که مطالعه‌ای بر کسب‌وکارهای تولید عسل متمرکز باشد در دسترس نیست، و به همین علت مطالعه حاضر با تمرکز بر چنین موضوعی سعی در پر کردن شکاف تحقیقاتی در این زمینه دارد.

### روش تحقیق

این تحقیق از منظر گردآوری داده‌ها از نوع میدانی و از منظر کنترل متغیرها از نوع غیرآزمایشی به شمار می‌رود. از آنجایی که می‌توان به صورت فوری و بلافاصله از نتایج حاصله و سازوکارهای پیشنهادی برخاسته از این تحقیق در ساماندهی کسب‌وکارهای تولید عسل در منطقه مورد مطالعه استفاده کرد، می‌توان این تحقیق را از لحاظ هدف از نوع کاربردی دسته‌بندی کرد. به لحاظ فرآیند روش‌شناسی این تحقیق به صورت پیمایشی تک مقطعی به انجام رسیده است. به لحاظ پارادایمی نیز از نوع تحقیقات کمی است. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها پرسشنامه‌ای محقق‌ساخته بوده است که بر مبنای مرور نظام‌یافته پژوهش‌های پیشین و گزارش‌ها و اسناد برنامه‌های مرتبط با تولید عسل در استان اردبیل و همچنین مصاحبه با هشت نفر از مالکان شرکت‌ها و تولیدکنندگان پیشرو در تولید عسل (با سابقه کاری بیشتر از ۵ سال و همچنین دارای مدرک کارشناسی)، به منظور استخراج مؤلفه‌های توسعه کسب‌وکار تدوین شده است. برای تعیین اعتبار پرسشنامه در مرحله اول، نسخه اولیه پرسشنامه به صورت حضوری و الکترونیکی در اختیار گروهی از اعضای هیات علمی از رشته‌های کارآفرینی، مدیریت، صنایع غذایی و محققان با تجربه کشاورزی، قرار داده شد و نظرات آنها بطور مقتضی در بازنگری محتوایی و صوری پرسشنامه مورد استفاده قرار گرفت. بر این اساس برخی گویه‌های تحقیق تلفیق و برخی نیز ادغام و بازنویسی شد. برای اطمینان از پایایی پرسشنامه به

محاسبه ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه اقدام شد و برای پنج مؤلفه استخراج شده از فرآیند تحلیل عاملی در محدوده ۰/۷۲ تا ۰/۸۵ به دست آمد. جامعه آماری این تحقیق شامل کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکار در حوزه تولید عسل در استان اردبیل است که تعداد آنها برابر ۷۴۰۰ نفر می‌باشد. با استفاده از جدول کرجسی و مورگان حجم نمونه برابر ۳۶۷ نفر تعیین شد. برای دستیابی به نمونه‌ها و تکمیل پرسشنامه‌ها، از روش نمونه‌گیری چند مرحله‌ای بهره گرفته شد. بدین ترتیب که در مرحله نخست از فهرست تهیه شده توسط سازمان جهاد کشاورزی استان از تولیدکنندگان و صاحبان کسب‌وکار تولید عسل، بطور تصادفی برخی مناطق و شهرستان‌ها انتخاب شد و در این مناطق، با رجوع به فهرست یا چارچوب نمونه‌گیری، از طریق انتخاب تصادفی تولیدکنندگان و صاحبان کسب‌وکار انتخاب شده با توجه به انتساب بهینه انتخاب شدند و نسبت به تکمیل پرسشنامه‌ها اقدام شد. با توزیع تعداد بیشتری پرسشنامه و با حذف پرسشنامه‌های ناقص، در نهایت تعداد پرسشنامه مطلوب با توجه به حجم تعیین شده در مرحله نمونه‌گیری حاصل شد.

### یافته‌ها

**توصیف ویژگی‌های فردی پاسخگویان:** نتایج آمار توصیفی مربوط به نمونه آماری نشان داد که ۲۲ درصد (۸۱ نفر) از پاسخ دهندگان زن و ۷۸ درصد (۲۸۶ نفر) مرد بودند. سن ۰/۵ درصد (۲ نفر) کمتر از ۲۴ سال، ۱۵ درصد (۵۶ نفر) بین ۲۵ تا ۳۴ سال، ۴۹ درصد (۱۸۰ نفر) بین ۳۵ تا ۴۴ سال، ۳۱ درصد (۱۱۶ نفر) بین ۴۵ تا ۵۴ سال و سن ۳ درصد (۱۳ نفر) ۵۵ سال و بالاتر بود. از لحاظ میزان تحصیلات، ۳۰ درصد (۱۱۱ نفر) از پاسخ‌دهندگان دارای مدرک کارشناسی، ۵۶ درصد (۲۰۵ نفر) از پاسخ‌دهندگان دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۱۴ درصد (۵۱ نفر)

دارای مدرک دکتری یا در حال تحصیل دکتری هستند. سابقه کاری ۲۵ درصد (۹۱ نفر) از پاسخگویان کمتر از ۱۰ سال، ۴۵ درصد (۱۶۶ نفر) بین ۱۰ تا ۱۵ سال، ۲۱ درصد (۷۶ نفر) بین ۱۵ تا ۲۰ سال و سابقه کاری ۹ درصد (۳۴ نفر) بیش از ۲۰ سال بود.

**تحلیل عاملی مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه کسب و کارهای تولید عسل:** در این قسمت به تحلیل عاملی اکتشافی (به روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی و با فرض واقع شدن متغیرهای دارای بار عاملی بزرگتر از ۰/۵ بعد از چرخش عامل‌ها به روش واریماکس) با هدف دستیابی به مؤلفه‌های زیربنایی مؤثر بر توسعه کسب و کارهای تولید عسل اقدام گردید. عامل‌های استخراج شده همراه با مقدار ویژه، درصد واریانس و درصد واریانس تجمعی آنها در جدول ۱ ارائه شده است. لازم به یادآوری است که نامگذاری عامل‌ها بر اساس قرابت مفهومی<sup>۱</sup> یا مضمون مشترک یا مفهوم زیربنایی<sup>۲</sup> گویه‌های بارگذاری شده در هر عامل صورت گرفته است. با توجه به نتایج جدول ۱ مشاهده می‌شود که پنج عامل استخراجی از فرآیند تحلیل عاملی مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای تولید عسل در استان اردبیل توانسته‌اند نزدیک به ۷۲/۴۳ درصد واریانس کل را تبیین نمایند. عامل اول «مؤلفه‌های بازاریابی و فروش» ۲۲/۱۷ درصد، عامل دوم با عنوان «مؤلفه‌های حمایت نهادی» ۱۸/۵۲ درصد، عامل سوم با عنوان «مؤلفه‌های دانش فنی» ۱۱/۱۷ درصد، عامل چهارم با عنوان «مؤلفه‌های آموزشی و ترویجی» ۱۰/۹۵ درصد و عامل پنجم با عنوان «مؤلفه‌های خدماتی و زیرساختی» ۹/۶۲ درصد از واریانس مجموعه کل متغیرها را تبیین می‌کنند.

<sup>۱</sup> Conceptual Proximity

<sup>۲</sup> Common theme or underlying concept

جدول ۱: مقدار بارعاملی و نام‌گذاری عامل‌های مستخرج از مجموعه مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای تولید عسل

| عامل‌ها و گویه‌ها                                                                                          | بار عاملی |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| عامل اول: مؤلفه‌های بازاریابی و فروش (مقدار ویژه: ۴/۸۵، درصد واریانس: ۲۲/۱۷)                               | ۰/۹۶۰     |
| تولید مبتنی بر سلیقه و نیاز مشتریان                                                                        | ۰/۹۴۹     |
| فعالیت مؤثر زنبورداران در راستای رفع کمبود بازار                                                           | ۰/۹۴۹     |
| شبکه‌سازی کارآفرینانه در حوزه عسل                                                                          | ۰/۹۳۶     |
| شناخت نیازهای و شکاف‌های بازار توسط تولیدکنندگان                                                           | ۰/۹۳۶     |
| حذف واسطه‌ها و تسهیل ارتباط بین تولیدکننده و مصرف‌کننده و سایر عناصر زنجیره ارزش عسل                       | ۰/۸۹۳     |
| تأمین بسته‌بندی متنوع، بازاریابی و فروش فرآورده‌های تولیدی                                                 | ۰/۷۱۷     |
| شناسایی بازارهای صادراتی و تسهیل صادرات جهت دستیابی به ارزش اقتصادی بالاتر تولید                           | ۰/۸۹۶     |
| ایجاد برند جهانی برای محصول عسل تولیدی در منطقه                                                            | ۰/۸۶۳     |
| وجود برنامه‌های تبلیغاتی مؤثر برای معرفی ارزش غذایی عسل تولیدی به مصرف‌کنندگان مختلف                       | ۰/۷۹۸     |
| عامل دوم: مؤلفه‌های حمایت نهادی (مقدار ویژه: ۳/۴۷، درصد واریانس: ۱۸/۵۲)                                    |           |
| تأمین امنیت منطقه برای تولید و بهره‌برداری                                                                 | ۰/۷۰۲     |
| نظارت مؤثر و گام به گام و برخورد قانونی با تولیدکنندگان عسل تقلبی                                          | ۰/۷۲۷     |
| تأمین بودجه تحقیقات در خصوص شناسایی خواص متفاوت مصرف عسل برای سلامت و درمان                                | ۰/۸۴۶     |
| ایجاد نهاد تعاونی و اتحادیه فعال و ارتباط آن نهاد با تمامی تولیدکنندگان و صادرکنندگان و فروشندگان جزئی     | ۰/۸۰۷     |
| تأمین سرمایه از طریق دولت با پرداخت وام‌های کم‌بهره به زنبورداران                                          | ۰/۷۹۶     |
| برپایی نمایشگاه‌های فصلی تولید عسل و فرآورده‌های جانبی آن                                                  | ۰/۷۵۹     |
| برقراری ارتباط منظم و دائمی کاری بین عوامل مرتبط زنجیره تأمین،                                             | ۰/۵۴۵     |
| فراهم‌سازی امکان دسترسی به خدمات و ظرفیت شتاب‌دهنده‌ها و مراکز مشاوره                                      | ۰/۸۲۰     |
| عامل سوم: مؤلفه‌های دانش فنی (مقدار ویژه: ۲/۱۲، درصد واریانس: ۱۱/۱۷)                                       |           |
| برخورداري از دانش و مهارت‌های مورد نیاز برای تولید عسل                                                     | ۰/۸۱۴     |
| تعیین جنبه‌های فنی مانند تراکم تعداد کندو در منطقه                                                         | ۰/۷۴۲     |
| انتخاب محل محل مناسب برای ایجاد زنبورستان از نظر دسترسی به آب، پوشش گیاهی، زمان گلدهی، گیاهان شهدزا، و ... | ۰/۶۷۴     |
| انتخاب زمان مناسب برای شروع فعالیت                                                                         | ۰/۸۳۹     |
| تعیین وسعت منطقه زیر پوشش برای توزیع کندو                                                                  | ۰/۷۷۴     |
| عامل چهارم: مؤلفه‌های آموزشی و ترویجی (مقدار ویژه: ۲/۰۵، درصد واریانس: ۱۰/۹۵)                              |           |
| وجود توان کارشناسی بالا در زمینه پرورش زنبور عسل در بین مراکز خدمات کشاورزی محلی                           | ۰/۷۱۴     |
| تأمین آموزش‌های لازم به افراد فعال در این حوزه                                                             | ۰/۶۴۷     |
| ارائه ایده‌های نو در تولید مانند تولید عسل ارگانیک یا عسل درمانی                                           | ۰/۷۹۸     |
| توانمندسازی زنبورداران در زمینه‌های مختلف تولید، بازاریابی، حمل و نقل، سلامت و تکثیر زنبور                 | ۰/۷۵۴     |
| وجود شرایط مناسب محیط طبیعی و اقلیمی برای پرورش زنبور عسل                                                  | ۰/۸۰۳     |
| عامل پنجم: مؤلفه‌های خدماتی و زیرساختی (مقدار ویژه: ۱/۹۷، درصد واریانس: ۹/۶۲)                              |           |
| تأمین داروهای بیماری‌های زنبور در زمان لازم                                                                | ۰/۷۹۹     |
| وجود برنامه‌های کنترل کیفیت محصول                                                                          | ۰/۷۲۹     |
| حفظ ارتباط بین سایر شبکه‌های تولید عسل مانند تولیدکنندگان، بازاریابان، مصرف‌کننده و پشتیبانی کنندگان       | ۰/۸۰۹     |
| ارائه گواهی و شناسنامه حسن شهرت به تولیدکنندگان                                                            | ۰/۸۳۲     |
| وجود منابع آبی و اقلیمی مناسب برای تولید عسل                                                               | ۰/۸۰۵     |

مقدار KMO: ۰/۷۴۳، مقدار بارتلت: ۲۲۴۲/۲۷ و سطح معنی‌داری: ۰/۰۰



مقایسه مؤلفه‌ها بر حسب وضعیت موجود در سطح منطقه-وضعیت مطلوب برای توسعه کسب و کار: برای مقایسه کلی وضعیت موجود در سطح منطقه-وضعیت مطلوب گویه‌های توسعه کسب و کار به تفکیک عوامل، از آزمون ویلکاکسون برای مقایسه دو وضعیت استفاده شد (جدول ۲). مشاهده می‌شود که میانگین امتیاز وضع مطلوب و با وضع موجود در همه گویه به جزء یک مورد (تولید مبتنی بر سلیقه و نیاز مشتریان) اختلاف معنی‌داری دارد و در تمام موارد معنی‌دار شده، امتیاز وضع موجود از امتیاز وضع مطلوب کمتر است. این موضوع بیانگر این است که اقدامات زیادی برای توسعه کسب و کارهای زنبور عسل لازم است انجام شود تا یک وضعیت مطلوب حاصل شود. این اقدامات با توجه به گویه‌های این

تحقیق و همچنین امتیازات اولویت‌بندی شده است. کمترین امتیاز وضع موجود متعلق به گویه‌های شناسایی بازارهای صادراتی و تسهیل صادرات جهت دستیابی به ارزش اقتصادی بالاتر تولید، ایجاد برند جهانی برای محصول عسل تولیدی در منطقه، نظارت موثر و گام به گام و برخورد قانونی با تولیدکنندگان عسل تقلبی، تأمین بودجه تحقیقات در خصوص شناسایی خواص متفاوت مصرف عسل برای سلامت و درمان، انتخاب زمان مناسب برای شروع فعالیت و تعیین وسعت منطقه زیر پوشش برای توزیع کندو است. با توجه به اختلاف وضع موجود و مطلوب در گویه‌های ذکر شده لازم است برنامه‌ریزی برای بهبود این موارد در اولویت قرار گیرد.

جدول ۶: آزمون ویلکاکسون برای مقایسه وضع موجود- وضع مطلوب مؤلفه‌های توسعه کسب و کار

| سطح معنی‌داری | مقدار Z | وضع موجود     |                 | وضع مطلوب     |                 | عامل‌ها و گویه‌های توسعه کسب و کار تولید عسل                                         |
|---------------|---------|---------------|-----------------|---------------|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
|               |         | میانگین حسابی | میانگین رتبه‌ای | میانگین حسابی | میانگین رتبه‌ای |                                                                                      |
|               |         |               |                 |               |                 | عامل اول: مؤلفه‌های بازاریابی و فروش                                                 |
| ns            | -۰/۹۶   | ۱۳۵/۷۰        | ۳/۱۴            | ۱۳۹/۶۲        | ۳/۰۶            | تولید مبتنی بر سلیقه و نیاز مشتریان                                                  |
| ۰/۰۰          | -۱۰/۶۸  | ۱۱۷/۹۴        | ۲/۲۸            | ۱۵۴/۰۰        | ۳/۵۶            | فعالیت موثر زنبورداران در راستای رفع کمبود بازار                                     |
| ۰/۰۰          | -۴/۸۶   | ۱۳۷/۰۷        | ۲/۷۲            | ۱۵۴/۳۱        | ۳/۲۲            | شبکه‌سازی کارآفرینانه در حوزه عسل                                                    |
| ۰/۰۰          | -۷/۷۶   | ۱۱۵/۰۶        | ۲/۵۷            | ۱۵۶/۳۸        | ۳/۳۱            | شناخت نیازهای و شکاف‌های بازار توسط تولیدکنندگان                                     |
| ۰/۰۰          | -۱۳/۴۵  | ۹۹/۸۱         | ۲/۳۹            | ۱۶۲/۲۲        | ۴/۱۳            | حذف واسطه‌ها و تسهیل ارتباط بین تولیدکننده و مصرف‌کننده و سایر عناصر زنجیره ارزش عسل |
| ۰/۰۰          | -۱۱/۸۱  | ۱۱۵/۲۴        | ۲/۰۶            | ۱۶۱/۷۵        | ۳/۴۴            | تأمین بسته‌بندی متنوع، بازاریابی و فروش فرآورده‌های تولیدی                           |
| ۰/۰۰          | -۱۵/۶۶  | ۶۲/۲۲         | ۱/۵۳            | ۱۷۰/۴۲        | ۴/۰۴            | شناسایی بازارهای صادراتی و تسهیل صادرات جهت دستیابی به ارزش اقتصادی بالاتر تولید     |
| ۰/۰۰          | -۱۴/۳۳  | ۷۰/۰۷         | ۱/۵۷            | ۱۶۸/۸۲        | ۳/۳۲            | ایجاد برند جهانی برای محصول عسل تولیدی در منطقه                                      |
| ۰/۰۰          | -۹/۵۷   | ۱۰۴/۵۴        | ۲/۹۶            | ۱۵۴/۶۸        | ۳/۸۲            | وجود برنامه‌های تبلیغاتی مؤثر برای معرفی ارزش غذایی عسل تولیدی به مصرف‌کنندگان مختلف |
|               |         |               |                 |               |                 | عامل دوم: مؤلفه‌های حمایت نهادی                                                      |
| ۰/۰۰          | -۱۱/۷۲  | ۹۷/۶۹         | ۲/۴۷            | ۱۶۸/۵۲        | ۳/۷۳            | تأمین امنیت منطقه برای تولید و بهره‌برداری                                           |
| ۰/۰۰          | -۱۵/۹۸  | ۲۳/۵۰         | ۱/۰۸            | ۱۶۷/۹۳        | ۳/۴۷            | نظارت موثر و گام به گام و برخورد قانونی با تولیدکنندگان عسل تقلبی                    |
| ۰/۰۰          | -۱۵/۸۰  | ۷۵/۰۰         | ۱/۶۰            | ۱۶۸/۹۱        | ۳/۷۱            | تأمین بودجه تحقیقات در خصوص شناسایی خواص متفاوت                                      |

|      |        |        |      |        |      |                                                                                                        |
|------|--------|--------|------|--------|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      |        |        |      |        |      | مصرف عسل برای سلامت و درمان                                                                            |
| ۰/۰۰ | -۱۰/۶۰ | ۹۳/۸۲  | ۲/۸۹ | ۱۶۶/۹۲ | ۴/۰۶ | ایجاد نهاد تعاونی و اتحادیه فعال و ارتباط آن نهاد با تمامی تولیدکنندگان و صادرکنندگان و فروشندگان جزئی |
| ۰/۰۰ | -۱۳/۴۰ | ۷۸/۸۳  | ۲/۳۷ | ۱۶۶/۰۰ | ۴/۰۱ | تامین سرمایه از طریق دولت با پرداخت وام‌های کم‌بهره به زنبورداران                                      |
| ۰/۰۰ | -۱۶/۰۵ | ۲۳/۰۰  | ۲/۲۳ | ۱۷۳/۶۰ | ۴/۸۳ | برپایی نمایشگاه‌های فصلی تولید عسل و فرآورده‌های جانبی آن                                              |
| ۰/۰۰ | -۹/۱۷  | ۱۱۳/۷۰ | ۲/۵۷ | ۱۵۵/۱۹ | ۳/۵۳ | برقراری ارتباط منظم و دائمی کاری بین عوامل مرتبط زنجیره تامین،                                         |
| ۰/۰۰ | -۵/۱۲  | ۱۳۸/۸۷ | ۲/۵۹ | ۱۶۱/۲۰ | ۳/۱۱ | فراهم‌سازی امکان دسترسی به خدمات و ظرفیت شتاب‌دهنده‌ها و مراکز مشاوره                                  |
|      |        |        |      |        |      | عامل سوم: مؤلفه‌های دانش فنی                                                                           |
| ۰/۰۰ | -۱۲/۵۹ | ۱۰۵/۲۹ | ۲/۰۷ | ۱۶۴/۱۴ | ۳/۴۶ | برخوردری از دانش و مهارت‌های مورد نیاز برای تولید عسل                                                  |
| ۰/۰۰ | -۱۲/۲۷ | ۱۰۴/۰۶ | ۲/۳۹ | ۱۶۴/۱۴ | ۳/۷۵ | تعیین جنبه‌های فنی مانند تراکم تعداد کندو در منطقه                                                     |
| ۰/۰۰ | -۱۱/۷۵ | ۹۰/۱۵  | ۳/۵۷ | ۱۳۳/۵۹ | ۴/۷۱ | انتخاب محل مناسب برای ایجاد زنبورستان از نظر دسترسی به آب، پوشش گیاهی، زمان گلدهی، گیاهان شهدزا، و ... |
| ۰/۰۰ | -۱۴/۷۲ | ۸۳/۴۲  | ۱/۸۱ | ۱۷۲/۷۵ | ۳/۶۶ | انتخاب زمان مناسب برای شروع فعالیت                                                                     |
| ۰/۰۰ | -۱۶/۳۴ | ۲۹/۸۳  | ۱/۱۶ | ۱۷۵/۰۳ | ۴/۱۶ | تعیین وسعت منطقه زیر پوشش برای توزیع کندو                                                              |
|      |        |        |      |        |      | عامل چهارم: مؤلفه‌های آموزشی و ترویجی                                                                  |
| ۰/۰۰ | -۱۲/۴۴ | ۸۰/۰۹  | ۲/۲۷ | ۱۷۲/۸۶ | ۳/۷۶ | وجود توان کارشناسی بالا در زمینه پرورش زنبور عسل در بین مراکز خدمات کشاورزی محلی                       |
| ۰/۰۰ | -۱۰/۱۳ | ۱۰۳/۶۴ | ۲/۷۴ | ۱۶۰/۱۰ | ۳/۷۳ | تأمین آموزش‌های لازم به افراد فعال در این حوزه                                                         |
| ۰/۰۰ | -۶/۳۴  | ۱۱۰/۶۹ | ۳/۱۴ | ۱۵۴/۷۵ | ۳/۶۸ | ارائه ایده‌های نو در تولید مانند تولید عسل ارگانیک یا عسل درمانی                                       |
| ۰/۰۰ | -۱۲/۹۸ | ۹۱/۵۹  | ۲/۲۹ | ۱۶۳/۳۵ | ۳/۷۰ | توانمندسازی زنبورداران در زمینه‌های مختلف تولید، بازاریابی، حمل و نقل، سلامت و تکثیر زنبور             |
| ۰/۰۰ | -۱۲/۸۳ | ۸۹/۵۵  | ۲/۲۲ | ۱۷۲/۰۱ | ۳/۷۲ | وجود شرایط مناسب محیط طبیعی و اقلیمی برای پرورش زنبور عسل                                              |
|      |        |        |      |        |      | عامل پنجم: مؤلفه‌های خدماتی و زیرساختی                                                                 |
| ۰/۰۰ | -۱۰/۸۶ | ۱۰۰/۹۰ | ۲/۶۷ | ۱۵۹/۴۵ | ۳/۷۴ | تأمین داروهای بیماری‌های زنبور در زمان لازم                                                            |
| ۰/۰۰ | -۱۲/۰۱ | ۹۸/۲۵  | ۲/۴۷ | ۱۷۱/۴۸ | ۳/۷۷ | وجود برنامه‌های کنترل کیفیت محصول                                                                      |
| ۰/۰۰ | -۹/۲۳  | ۱۷۱/۷۶ | ۲/۸۳ | ۱۷۱/۴۸ | ۳/۷۲ | حفظ ارتباط بین سایر شبکه‌های تولید عسل مانند تولیدکنندگان، بازاریابان، مصرف‌کننده و پشتیبانی‌کنندگان   |
| ۰/۰۰ | -۱۲/۵۱ | ۹۰/۷۳  | ۲/۲۵ | ۱۷۳/۳۳ | ۳/۶۷ | ارائه گواهی و شناسنامه حسن شهرت به تولیدکنندگان                                                        |
| ۰/۰۰ | -۱۳/۷۸ | ۸۲/۹۴  | ۲/۰۶ | ۱۶۹/۲۷ | ۳/۶۶ | وجود منابع آبی و اقلیمی مناسب برای تولید عسل                                                           |

### بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

بخش کشاورزی به عنوان محور توسعه اقتصادی در بیشتر نواحی روستایی کشور تلقی می‌شود. یکی از زیربخش‌های مهم آن صنعت دامپروری است که سهم مهمی در اقتصاد کشاورزی بر عهده دارد. در این راستا تولید عسل از اهمیت ویژه‌ای در اشتغال و تولیدات

بخش دامپروری برخوردار است. صنعت زنبورداری یکی از زمینه‌های مهم تولید کشاورزی در کشور به شمار می‌رود که هزاران خانوار روستایی و شهری از این راه امرار معاش می‌کنند. صنعت تولید عسل، افزون بر تولید محصولات گوناگون و اشتغالزایی در صنایع مختلف، مهمترین نقش خود را در طبیعت با دخالت

در عمل گرده‌افشانی و افزایش تولید محصولات کشاورزی و احیای محیط زیست نیز ایفا می‌کند. بنابراین با توجه به آنچه گفته شد و نیز یادآوری اهمیت زنبور عسل در حفظ و احیای محیط زیست، لزوم حمایت از این صنعت و شناسایی عوامل توسعه کسب‌وکارهای مرتبط با این صنعت در راستای حمایت از تولید و حفظ معیشت زنبورداران ضروری است. این پژوهش با هدف واکاوی مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای تولید عسل در استان اردبیل، از طریق راهبرد پیمایش و با استفاده از پرسشنامه به انجام رسیده است. کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکار در حوزه تولید عسل در استان اردبیل، جامعه آماری پژوهش را در طی مرحله پیمایش تشکیل داده‌اند. با استفاده از جدول کرجسی مورگان و نیز روش نمونه‌گیری چند مرحله‌ای، ۳۶۷ فرد جهت تکمیل پرسشنامه محقق‌ساخته به عنوان ابزار تحقیق انتخاب شدند. با استفاده از نرم‌افزار SPSS، داده‌های گردآوری شده از طریق تحلیل عاملی اکتشافی و آزمون ویلکاکسون مورد تحلیل قرار گرفت.

در مجموع، تحلیل عاملی ۳۲ گویه مرتبط با توسعه کسب‌وکار تولید عسل، به استخراج پنج عامل به شرح زیر منجر شده است: مؤلفه‌های بازاریابی و فروش، مؤلفه‌های حمایت نهادی، مؤلفه‌های دانش فنی، مؤلفه‌های آموزشی و ترویجی و مؤلفه‌های خدماتی و زیرساختی. با توجه به اهمیت زیاد مؤلفه‌های بازاریابی و فروش، کمک به بازاریابی، بازاررسانی، و فروش تولیدات زنبورداران اهمیت زیادی در توسعه کسب‌وکارهای وابسته به زنجیره ارزش عسل دارد. به ویژه خدمات بسته‌بندی، حمل و نقل، نگهداری باید در دسترس کلیه تولیدکنندگان باشد. یکی از عناصر مهم موفقیت در زنجیره ارزش عسل، شناخت خواص و معرفی محصولات متنوع تولیدی است از قبیل گرده زنبور عسل، ژل، موم، زهر

که در منطقه مورد مطالعه مورد توجه نبود. بنابراین برنامه‌های آموزش فنی باید افزایش دانش در این زمینه را مد نظر قرار دهند. به ویژه این که مؤلفه‌های دانش فنی سومین عامل مهم از فرآیند تحلیل عاملی بود. در مطالعات پرهیزگار و مظفری (۱۳۹۵) بر ثبات بازار تأمین نهاد تأکید شد که با یافته‌های این تحقیق همراستا است. همچنین مباحثی مانند تبلیغات و فرهنگ‌سازی برای کمک به کسب‌وکارهای تولید قارچ (نوربخش، ۱۳۹۰) و حمایت نهادی، تأمین زیرساخت‌ها و فضای کسب‌وکار (میری و شعبانعلی فمی، ۱۳۹۴) در مطالعات پیشین اشاره شده است که مطابق با یافته‌های این تحقیق است.

برای مقایسه کلی وضعیت موجود در سطح منطقه وضعیت مطلوب گویه‌های توسعه کسب و کار به تفکیک عوامل، از آزمون ویلکاکسون استفاده شد. نتایج نشان داد که میانگین امتیاز وضع مطلوب و با وضع موجود در همه گویه به جزء یک مورد (تولید مبتنی بر سلیقه و نیاز مشتریان) اختلاف معنی‌داری دارد و در تمام موارد معنی‌دار شده، امتیاز وضع موجود از امتیاز وضع مطلوب کمتر است. این موضوع بیانگر این است که اقدامات زیادی برای توسعه کسب‌وکارهای زنبور عسل لازم است انجام شود تا یک وضعیت مطلوب حاصل شود. این اقدامات با توجه به گویه‌های این تحقیق و همچنین امتیازات اولویت‌بندی شده است. در این راستا لازم است چارچوب سیاستگذاری به سمت توجه به گویه‌هایی باشد که کمترین امتیاز موجود دارند. طبق نتایج این تحقیق کمترین امتیاز وضع موجود متعلق به گویه‌های شناسایی بازارهای صادراتی و تسهیل صادرات جهت دستیابی به ارزش اقتصادی بالاتر تولید، ایجاد برند جهانی برای محصول عسل تولیدی در منطقه، نظارت موثر و گام به گام و برخورد قانونی با تولیدکنندگان عسل تقلبی، تأمین بودجه تحقیقات در خصوص

شناسائی خواص متفاوت مصرف عسل برای سلامت و درمان، انتخاب زمان مناسب برای شروع فعالیت و تعیین وسعت منطقه زیر پوشش برای توزیع کندو است.

یکی از سیاست‌ها و برنامه‌هایی که لازم است در اولویت توجه باشد، تسهیل صادرات محصول عسل و همچنین برندسازی انواع تولیدات عسل است. لازم به ذکر است که بسته به نوع تغذیه زنبور، انواع عسل قابل تولید است که هر کدام خواص درمانی متفاوتی دارد. معرفی این نوع خواص از طریق برنامه‌های تبلیغاتی نقش زیادی در جذب بازار صادرات و به تبع آن حفظ سطح سودآوری زنبورداران خواهد شد. یکی دیگر از سیاست‌ها باید شناسائی و حذف تولیدکنندگان عسل تقلبی باشد زیرا آنها باعث خدشه دار شدن اعتبار تولیدکنندگان واقعی شده و بازارهای داخلی و صادراتی را مخدوش و در نتیجه

باعث کاهش فروش کلیه تولیدکنندگان خواهند شد. از جمله مداخله‌گری‌های مهم سازمان جهاد کشاورزی استان باید ترویج و آموزش زنبورداران برای تولید دیگر محصولات متنوع زنبور عسل از جمله ژله رویان، زهر زنبور عسل، بره موم، موم و گرده گل باشد. زیرا که تولید محصولات متنوع نقش زیادی در ایجاد یک برند معتبر دارد. به طور کلی توجه به تحقیقات در این زمینه، به ویژه کار اصلاحی روی افزایش عملکرد تولیدی زنبور، استفاده از تکنولوژی‌های ژنتیک مولکولی، توسعه تحقیقات علمی روی زیست‌شناسی زنبور و بیماری‌ها و عوامل محیطی مؤثر بر زندگی زنبور اهمیت زیادی در توسعه کسب‌وکار زنبورداری دارد. فعال‌سازی، کمک و مشاوره به تعاونی‌ها، اتحادیه‌ها، انجمن‌ها و تشکلهای زنبورداران باید افزایش یابد.

## منابع

- بهشتی، ع.، منفرد، ع. (۱۳۹۱). تجاری‌سازی حشرات و فرآورده‌های آنها. علوم و فنون زنبور عسل ایران، ۳(۶)، ۲۵-۱۴.
- پرهیزگار، ا.، مظفری، م. م. (۱۳۹۵). بررسی وضعیت اقتصادی صنعت زنبورداری توام با تحلیل اثرات افزایش قیمت نهادهای تولیدی (مطالعه موردی: زنبورداران مراتع الموت). تحقیقات اقتصاد کشاورزی، ۲(۲)، ۷۵-۴۷.
- حیدری، ح.، پاپزن، ع.، دربان آستانه، ع. (۱۳۹۷). تحلیل وضعیت خوشه‌های کسب و کار در بخش کشاورزی و توسعه آنها در ایران. مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، ۵(۲)، ۱۲۵-۱۴۰.
- سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان اردبیل. (۱۳۹۷). آمارنامه کشاورزی ۱۳۹۷. معاونت آمار و اطلاعات اردبیل. ایران.
- کرمی‌فرد، ف.، گراوندی، ش. (۱۳۹۹). تحلیل مقایسه‌ای هوشمندسازی واحدهای دام پروری کارآفرین شهرستان کرمانشاه با تاکید بر توانمندی دیجیتالی مدیران. مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، ۲(۲)، ۷۴-۵۹.
- مجاوریان، م.، سالاری‌بنا، ح. (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین کارایی (با بازده متغیر) تولید با اندازه واحد پرورش زنبور عسل مازنداران. اقتصاد کشاورزی و توسعه، ۲۱(۸۳)، ۳۴-۱۹.
- محبوبی، م. ر. (۱۳۹۵). بررسی موانع توسعه کسب و کارهای پرورش قارچ خوراکی در نواحی روستایی استان گلستان. مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، ۳(۴)، ۱۰۳-۱۱۷.
- مخبر، م.، غفاری، م. (۱۳۹۷). اهمیت اقتصادی گرده‌افشانی زنبور عسل و راهکارهای حفظ صنعت زنبورداری، علوم و فنون زنبور عسل، ۹(۱۷)، ۱۲-۱۶.
- معصومی، س. س.، اصغرپور، م. ح. (۱۴۰۰). از واکاوی شکنندگی زنجیره ارزش کسب و کارهای کشاورزی تا ارائه راهکارهایی برای چابکی آن: مورد مطالعه صنعت

- خوراکی. دام، کشت و صنعت، ۱۴۱، ۴۱-۴۰.
- وثوقی، ف. (۱۳۷۵). زنبور عسل. تحقیقات جغرافیایی، ۴۰، (۱): ۳۵-۴۸.
- Acs, Z. J., Desai, S., and Hessels, J. (2008). Entrepreneurship, economic development and institutions. *Small business economics*, 31, 219-234.
- APO. (2003). Development of Agribusiness Enterprises. Report of the APO Seminar on Development of Agribusiness Enterprises. Indonesia, 20- 24 November 2000. Edited by Robert Oliver. Tokyo: Asian Productivity Organization.
- Bignotti, A., Antonites, A. J., and Kavari, U. J. (2021). Towards an agricultural entrepreneurship development model: an empirical investigation in Namibia's agricultural communities. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 15(5), 684-708.
- Boahen, S., Quansah, E., and Kwota, M. K. (2016). Exploring the honey supply chain in Ghana. *International Journal of Innovative Research and Development*, 5(13), 165-174.
- Caplo S., and Paris Q. (2008). Assessing the effectiveness of voluntary solid waste reduction policies: Methodology and a Flemish. *Waste Management*, 28(8), 1449-1460.
- Davis, J. H., and Goldberg, R. (1957). A concept of agribusiness. Division of research. Graduate School of Business (Vol. 195), Boston, MA: Harvard University.
- Hinton, J., Schouten, C., Stimpson, K., and Lloyd, D. (2022). Financial support services for beekeepers: a case study of development interventions in Fiji's Northern Division. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, 12(2), 304-319.
- Horne, J., Recker, M., Michelfelder, I., Jay, J., and Kratzer, J. (2020). Exploring entrepreneurship related to the sustainable development goals-mapping new venture activities with semi-automated content analysis. *Journal of Cleaner Production*, 242, 118052.
- Khan, W. Khan, N. and Naz, S. (2017). Beekeeping in Federally Administered Tribal Areas of Pakistan: Opportunities and Constraints. *Sarhad Journal of Agriculture*, 33(3), 459-465.
- King, R. P., Boehlje, M., Cook, M. L., and Sonka, S. T. (2010). Agribusiness economics and management. *American Journal of Agricultural Economics*, 92(2), 554-570.
- Mburu, P. D. M. (2015). Mapping of the honey value chain and analysis of changes in gender roles and factors influencing women empowerment among beekeepers in Kitui county, Kenya. Doctoral dissertation, University of Nairobi.
- Mushonga, B. Hategekimana, L. Habarugira, G. Kandiwa, E. Samkange, A. Segwagwe, E. and Victor, B. (2019). Characterization of the Beekeeping. *Advances in Agriculture*, 2019, 5982931.
- Pelaez, D. P. Lindholm, L. V. Green, N. T., and Quinlivan, R. (2019). Determining the Feasibility of a Bee Honey Value Chain. Worcester Polytechnic Institute, Monteverde, Costa Rica Project Center – IQP.
- Pindado, E., & Sánchez, M. (2017). Researching the entrepreneurial behaviour of new and existing ventures in European agriculture. *Small Business Economics*, 49, 421-444.
- Pisani, M.J., and Patrick, J.M. (2002). Radical Political Regimes in the Americas and MNC Responses: A Conceptual Model. *Latin American Business Review*, 3 (2), 17-42.
- Ramadani, V., Hisrich, R. D., Dana, L. P., Palalic, R., & Panthi, L. (2019). Beekeeping as a family artisan entrepreneurship business. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(4), 717-730.

- Santos, F. M. (2012). A positive theory of social entrepreneurship. *Journal of business ethics*, 111(3), 335-351.
- Seuneke, P., Lans, T., and Wiskerke, J. S. (2013). Moving beyond entrepreneurial skills: Key factors driving entrepreneurial learning in multifunctional agriculture. *Journal of Rural Studies*, 32, 208-219.
- Tiwari, G. N., and Goyal, R. K. (1998). *Greenhouse Technology*. Narosa Publishing House, New Delhi, India.
- Tutuba, N. B., Msamula, J. S., and Tundui, H. P. (2019). Business Model Innovation for sustainable beekeeping in Tanzania: A content analysis approach. *American Journal of Management*, 19(1), 74-88.