

عوامل تأثیرگذار بر رفتار اطلاع‌یابی کارآفرینان صنعت گیاهان دارویی

فصلنامه علمی - پژوهشی

مدیریت

اطلاعات

دوره 2، شماره 3 و 4

تابستان و پاییز 95

الهه برادی

کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی دانشگاه تهران

ابوالقاسم عربیون

دانشیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

مرتضی اکبری

استادیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

چکیده: هدف پژوهش حاضر، شناسایی و تحلیل منابع اطلاعاتی، شیوه کسب اطلاعات و ویژگی‌های منابع مورد استفاده در فرایند رفتار اطلاع‌یابی کارآفرینان صنعت گیاهان دارویی بوده است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی، از نظر درجه و میزان کنترل متغیرها غیر آزمایشی، از نظر گردآوری داده‌ها پیمایشی بوده است و نیز به صورت توصیفی و همبستگی تحلیل گردید. جهت جمع‌آوری داده، نمونه‌ای به حجم 140 آزمودنی، بر اساس جدول کرجسی- مورگان از میان کارآفرینان صنعت گیاهان دارویی شهر تهران به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شده است. پرسشنامه این پژوهش محقق ساخته بوده است که روایی محتوای این پرسشنامه توسط نخبگان و پایایی پرسشنامه نیز با استفاده از آلفای کرونباخ احراز گردید. برای تحلیل داده‌ها در این پژوهش از نرم افزارهای SPSS20 و Lisrel 8.52 استفاده شده است. برای پاسخ به سؤالات پژوهش، محقق از ضریب تغییرات، آزمون‌های همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون استفاده نموده است. در نهایت تحلیل‌های انجام شده نشان از این دارد که عوامل نوع منبع، معیار ارزیابی منبع و نحوه کسب اطلاعات، دو به دو دارای رابطه معناداری هستند و نیز عامل نوع منبع اطلاعات، بیشترین سهم تأثیرگذاری را بر رفتار اطلاع‌یابی کارآفرینان صنعت گیاهان دارویی دارد. همچنین کارآفرینان صنعت گیاهان دارویی، نمایشگاه‌های تخصصی را به عنوان اولویت اول خود در استفاده از منبع دانسته‌اند و صحت و درستی اطلاعات کسب شده برای آنها از اهمیت بیشتری برخوردار بوده است و آنها برای کسب اطلاعات، رجوع به منابع اطلاعات شخصی خود را نسبت به شیوه‌های دیگر ترجیح می‌دهند. نتایج بدست آمده در این پژوهش به سیاست‌گذاران در طراحی نظام اطلاعاتی کارآمد و متناسب با نیاز کارآفرینان یاری می‌رساند.

کلید واژه‌ها: گیاهان دارویی، رفتار اطلاع‌یابی، کارآفرینی، منابع اطلاعاتی.

مقدمه

دنیای امروز، عصر اطلاعات¹⁹ است، این واژه بیانگر اثرات قابل توجه اطلاعات بر تمام ابعاد زندگی انسان و سرعت فزاینده تغییرات در این عصر است. در همین راستا قرن بیستم قرن انفجار اطلاعات²⁰ نام گرفته است چرا که در هر دقیقه در جهان حجم زیادی از اطلاعات با سرعت غیر قابل تصویری در حال انتشار و فراگیر شدن است و میزان اطلاعات و داده‌های در دسترس به سرعت در حال فزونی است و مدیریت اطلاعات با سختی بسیاری همراه می‌گردد و کاربران اطلاعات با مشکلی به نام اضافه بار اطلاعات²¹ مواجه می‌شوند (اوکانر،²² 2013). در حقیقت عبارات «اضافه بار اطلاعات» و «انفجار اطلاعات» برای مطالعه نیازهای اطلاعاتی و رفتار اطلاع‌یابی گروه‌های مختلف کاربران خلق شده است. بدیهی است با انتشار روز افزون اطلاعات، امکان مطالعه و دسترسی به تمام مدارک و منابع در سراسر دنیا وجود ندارد و راه‌حل مناسب برای در اختیار داشتن اطلاعات دقیق صحیح و بهنگام استفاده از فرایند جستجوی اطلاعات به روشی صحیح و آگاهانه است. لازم به توضیح است که فرایند کسب اطلاعات توسط فرد را در اصطلاح رفتار اطلاع‌یابی²³ می‌نامند. (ویلسون،²⁴ 2000)

با توجه به تحولات بنیادین عصر اطلاعات، جوامعی که می‌خواهند زنده بمانند و رشد کنند، جدای از شایستگی‌ها و قابلیت‌های اقتصادی موجود، نیاز به تشخیص مستمر فرصت‌های جدید دارند (خان،²⁵ 2011). به همین سبب تشخیص فرصت برای کسب و کارهای کارآفرینانه یکی از توانایی‌ها و مهارت‌های مهم و غیر قابل انکار است. مطالعات حوزه کارآفرینی نشان از این دارد که توجه و تأکید ویژه‌ای بر نقش استراتژیک، مهم و کلیدی اطلاعات در شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها توسط کارآفرینان صورت پذیرفته است (آرتون و هانون،²⁶ 2006). کارآفرینان و بنیان‌گذاران کسب و کارها می‌توانند با

¹⁹Information Age²⁰Information Explosion²¹Information Overload²²O'Connor²³Information Seeking Behavior²⁴Wilson²⁵Khan²⁶Atherton and Hannon

رفتار اطلاعاتی اثربخش در گام نخست عملکرد سازمان خود را بهبود بخشند و در گام بعدی تغییرات اساسی برای توسعه صنعت مرتبط با خود را ایجاد نمایند. (ونگ و همکاران، 2015)

در این میان، غنی‌ترین منبع و تنوع گیاهان دارویی در دنیا به ایران و ترکیه اختصاص دارد. سهم تجارت جهانی از فروش محصولات مشتق از گیاهان دارویی حدود صد و بیست و چهار میلیارد دلار بوده است که سهم ایران علی‌رغم گستردگی و در این حوزه، تنها قریب به 60 تا 90 میلیون دلار است که این مقدار کمتر از نیم درصد کل تجارت جهانی است. بیشترین تولیدات ایران به زعفران و عرقیات گیاهی مربوط می‌شود و این در حالی است که بیش از 7500 گونه‌ی گیاهی که گفته می‌شود 10 تا 15 درصد آنها دارویی است و میزانی معادل کل اکولوژی گیاهی قاره اروپا، در ایران موجود است (کشفی بناب، 1389). در حال حاضر حدود 66 هزار هکتار از اراضی کشاورزی کشور، به کشت گیاهان دارویی اختصاص دارد و حدود 65 هزار تن محصول تولید می‌شود که اغلب به صورت خام و بدون فرآوری به کشورهای مختلف صادر می‌گردد. این در حالی است که بسیاری از مواد گیاهی مورد نیاز در صنعت تولید داروهای گیاهی کشور، از خارج وارد می‌شود (سندملی توسعه گیاهان دارویی، 1392). عدم رغبت و موفقیت کارآفرینان و فعالان این حوزه در ورود به صنعت فرآوری گیاهان دارویی را می‌توان مرتبط با رفتار اطلاعاتی آنان دانست، چنانچه کومر و شوکلا (2013²⁸) شرط رشد، موفقیت و فراگیر شدن کسب‌وکارها را در دسترسی به اطلاعات اثربخش و کارآمد از طریق فرایند صحیح رفتار اطلاعاتی می‌دانند. همچنین رفتار اطلاعاتی مدیران و مؤسسان شرکت‌ها به دلیل اثرات مستقیم بر سازمان و صنعت مرتبط خود می‌تواند یکی از دلایل موفقیت و عدم موفقیت شرکت‌ها، صنایع و بنگاه‌های کسب‌وکار باشد. (الینگر و بستروم، 2002²⁹؛ الینگر و همکاران، 2003؛ لین و یو، 2013³⁰)

ونگ و همکاران (2015) اشاره کرده‌اند اهمیت مطالعه رفتار اطلاعاتی به قدری است که می‌تواند با وجود تغییرات گسترده روند محیط کسب‌وکار، کارآفرینان را به عامل حیاتی تغییر در صنعت تبدیل کند. به همین خاطر توجه ویژه به فرایند کسب اطلاعات کارآفرینان ضروری است. اما به نظر می‌رسد

²⁷Wang²⁸Rumar and Shukla²⁹Ellinger and Bostrom³⁰Lin and Yoo³¹Wang

متخصصان اطلاع‌رسانی از کارآفرینان نیز انتظار دارند همانند سایر کاربران رفتار نمایند. این در حالی است که باید در نظر داشت که نیازهای کارآفرینان و نوآوران بعضاً برای خودشان نیز نامشخص است (میلز، کنزک و خدیج، 2014³²) زیرا آنان همواره به دنبال ایده‌های جدیدی هستند تا بتوانند خلاقیت خود را به منصفی ظهور برسانند. به همین دلیل ممکن است شیوه جستجوی اطلاعات و نحوه کسب آن با سایر کاربران متفاوت باشد. (ونگ و همکاران، 2015)

حال مسئله اینجاست با توجه به اینکه صنعت گیاهان دارویی از معدود صناعی است که با رشد دورقمی همراه است (کشفی بناب، 1389) و با در نظر گرفتن موقعیت طبیعی و مستعد ایران در تولید گیاهان دارویی، حضور متخصصین این حوزه، فراگیر شدن استفاده از گیاهان دارویی در جهان و ایران، افزایش حداقل 5 درصد تولید ناخالص ملی، کاهش نرخ بیکاری و با وجود امکانات مناسب تحقیقاتی در دانشکده‌های داروسازی و مراکز تخصصی، این صنعت همچنان با مشکلات بسیاری مواجه است. با توجه به تمام مزیت‌های این صنعت برای اقتصاد کلان کشور، هنوز هم توزیع نامناسب گیاهان دارویی در کشور، صادرات (1000 تنی) مواد فرآوری نشده گیاهی با حداقل ارزش ممکن (سندملی توسعه گیاهان دارویی، 1392)، استفاده بی‌رویه از داروهای شیمیایی-که هزینه سنگین واردات دارویی را هم به دنبال دارد- و عدم گرایش کارآفرینان به بازار رو به گسترش این محصولات در کشور به چشم می‌خورد. با توجه به نکات عنوان شده، یکی از دلایل ایجاد این مسئله را باید در فقدان شناخت رفتار و مسیر اطلاع‌یابی کارآفرینان و فعالین این بخش، جستجو کرد. چرا که سرمایه‌گذاران، کارآفرینان و متخصصان به دلیل عدم وجود اطلاعات مناسب، نبود پایگاه‌های اطلاع‌رسانی در حوزه کسب و کار، عدم دسترسی اصولی به منابع اطلاعاتی (ونگ و همکاران، 2015) و ناآگاهی مسئولان ذی‌ربط از فرایندهای اطلاع‌یابی کارآفرینان و علاقه‌مندان به این حوزه، تمایلی برای ورود به این عرصه نشان نمی‌دهند. چرا که ورود به عرصه‌ی کسب‌وکار و شناسایی فرصت‌های روبه‌رشد جهانی، بدون داشتن رفتار اطلاع‌یابی مناسب، غیرممکن به نظر می‌رسد چرا که اطلاعات و منابع اطلاعاتی مهم‌ترین عامل تحریک‌کننده برای ورود به عرصه‌های مختلف کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکار است. (کلپر و لاو، 2014³³)

نظر به اینکه گیاهان دارویی یکی از منابع ارزشمند، در گستره‌ی وسیع منابع طبیعی ایران هستند و نقش مهمی در سلامت جامعه، اشتغال زایی و صادرات غیر نفتی دارد، ضروری است تا مطالعات گسترده، دقیق و همه جانبه‌ای در خصوص وضعیت و جایگاه کارآفرینان صنعت گیاهان دارویی کشور صورت

³²Mills, Kenzek and Khaddage

³³Klapper and Love

پذیرد. رویکرد جهانی به استفاده از گیاهان دارویی در صنایع دارویی، غذایی، آرایشی و بهداشتی موجب شده است تا مسئولان این حوزه درصدد برآیند تا از طریق روش‌های علمی و تحقیقات پایه‌ای و کاربردی، فرایند رفتار اطلاع‌یابی کارآفرینان صنعت گیاهان دارویی را شناسایی و برای بهبود و تسریع مراحل آن و ترغیب کارآفرینان، سرمایه‌گذاران و متخصصین به این عرصه، برنامه‌ریزی مدون و مناسبی را انجام دهند. بدیهی است در صورت طراحی دقیق و مناسب ساختار اطلاعاتی با استفاده از شناخت اصولی از رفتار اطلاع‌یابی کارآفرینان این عرصه، کشور می‌تواند پیشگام توسعه و بهره‌برداری صحیح از این نعمت الهی باشد. به همین جهت و با توجه به اهمیت منابع اطلاعاتی، شیوه کسب اطلاعات کارآفرینان و معیارهای ارزیابی منبع کارآفرینان در حوزه رفتار اطلاع‌یابی، پژوهشگر به دنبال پاسخگویی به پرسش‌های زیر است تا با پاسخ به این سؤالات و با تحقق اهداف این پژوهش گامی در جهت تسریع توسعه پایدار کشور بردارد.

1. عوامل تأثیرگذار بر رفتار اطلاع‌یابی کارآفرینان صنعت گیاهان دارویی کدام‌اند؟
2. اولویت منابع مورد استفاده کارآفرینان صنعت گیاهان دارویی کدام است؟
3. آیا بین عوامل تأثیرگذار بر رفتار اطلاع‌یابی (نوع منبع، ویژگی‌های منبع و شیوه کسب اطلاعات) رابطه‌ای وجود دارد؟
4. سهم عوامل تأثیرگذار (نوع منبع، ویژگی‌های منبع و شیوه کسب اطلاعات) بر رفتار اطلاع‌یابی کارآفرینان صنعت گیاهان دارویی به چه میزانی است؟

ادبیات تحقیق

الف) ادبیات نظری تحقیق

اطلاعات دارای تنوع معنایی از کاربرد روزمره تا محیط‌های فنی است. عموماً مفهوم اطلاعات وابسته به ادراک، اندیشه، ارتباط، کنترل، داده، فرم، آموزش، دانش، مفهوم، الگو و نمایش است (دوی و دلامینی،³⁴ 2014). اطلاعات مجموعه‌ای ساختار یافته³⁵ و هدفمند از داده‌ها است که به زبان خاصی قابل بیان است. دانش،³⁶ پردازش و ادراک ذهنی اطلاعات است که مبنای فرایند تصمیم‌گیری و انجام کار است

³⁴Devi and Dlamini

³⁵Structured

³⁶Knowledge

(دده و حسن زاهل، 2013³⁷). پس از جنگ جهانی دوم به دلیل افزایش تولیدات اطلاعاتی در زمینه‌های مختلف برای نخستین بار، موضوع رفتار اطلاع‌یابی در کنفرانس اطلاعات علمی انجمن سلطنتی انگلستان در سال 1948 مطرح گشت. در این کنفرانس، تحقیقاتی پیرامون نحوه استفاده کاربران از اطلاعات ارائه گردید که این امر آغاز رویکردی نوین در حوزه مطالعه رفتار اطلاع‌یابی انسان گشت. پس از ده سال در سال 1958، کنفرانس بین‌المللی اطلاعات علمی در واشنگتن، مطالعات رفتار اطلاع‌یابی را پیگیری و مورد بررسی قرار داد (هوپنفلد و اسمیت، 2014³⁸). مطابق دیدگاه ویلسون (2000³⁹)، رفتار اطلاع‌یابی شامل سطح جزئی‌تر رفتار جستجوگر در تعامل با نظام‌های اطلاعاتی است که همه‌ی تعاملات انسان با نظام‌های دلخواه چه در سطح تعامل او با رایانه و یا در سطح انتزاعی (مثل تعیین معیاری برای انتخاب و نحوه دستیابی به منبع) را شامل می‌گردد و کلیه اقدامات ذهنی نظیر قضاوت درباره‌ی ربط داده‌ها یا انتخاب شیوه دسترسی به اطلاعات را نیز در بر خواهد داشت. به اعتقاد او رفتار اطلاع‌یابی مبتنی بر هدف است که در نتیجه‌ی آن، فرد ممکن است به نهادهای ذخیره‌کننده اطلاعات، سیستم‌های اطلاعاتی و یا با سایر افراد ارتباط برقرار کند و عوامل بسیاری بر فرایند رفتار اطلاع‌یابی جستجوگر مؤثر است. (السکری، 2014⁴⁰)

ب) ادبیات تجربی تحقیق

پژوهش‌های پایسلی (1968⁴¹)، ویژگی‌های فردی چون سابقه، تجربه فرد و عواملی چون انگیزه افراد، معیار ارزیابی منابع، تشکیلات حرفه‌ای، نوع منبع، نظام اجتماعی و اقتصادی را به عنوان موارد مؤثر در رفتار اطلاع‌یابی افراد معرفی کرده است. السکری (2011) نیز نوع منبع اطلاعاتی، زبان و فرهنگ، زیرساخت فناوری اطلاعات، دانش و تجربه فردی، نیاز اطلاعاتی، معیار انتخاب منابع اطلاعاتی را در رفتار اطلاع‌یابی مؤثر دانسته است. پژوهش نیو و همینگر (2011⁴²) نشان از آن دارد که نیازهای اطلاعاتی، منابع اطلاعات، شیوه‌های کسب اطلاعات و معیارهای انتخاب منبع تأثیر بیشتری بر

³⁷Dade and Hassenzahl

³⁸Hoppenfeld and Smith

³⁹Wilson

⁴⁰Al-Suqri

⁴¹Isley

⁴²Niu & Hamminger

رفتار اطلاع‌یابی می‌گذارد. لی و چو (2011⁴³) شبکه‌های اجتماعی و گرایش‌های فرهنگی را در رفتار اطلاع‌یابی مؤثر می‌دانند. پژوهشی دیگر، تخصص و نقش‌های کاری و مراحل زندگی حرفه‌ای، نوع منبع و شیوه‌های دستیابی به اطلاعات را از عوامل مهم تأثیرگذار بر رفتار اطلاع‌یابی عنوان کرده‌است. (رابسون و رابینسون، 2014⁴⁴)

در بسیاری از پژوهش‌های صورت گرفته در سال‌های اخیر محققان مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر رفتار اطلاع‌یابی جستجوگر را شامل روش و ابزار جستجو، معیار انتخاب منبع، نوع منبع و نحوه دستیابی به اطلاعات و نوع اطلاعات معرفی می‌کنند (عباس⁴⁶ و همکاران، 2013). فنگ⁴⁷ و دیگران (2015) نیز در تحقیقات خود زمینه‌های محیطی، نوع منبع، تجربه، دانش پیشین، معیار ارزیابی منبع، رشته تحصیلی و کانال‌های ارتباطی را بر رفتار اطلاع‌یابی جستجوگر مؤثر قلمداد کرده‌اند. بایبی (1378) مطالعه رفتار اطلاع‌یابی را یکی از انواع مطالعه نیازهای اطلاعاتی می‌داند که این موارد در آن مورد توجه قرار می‌گیرد: منابع اطلاعاتی، شیوه دسترسی به اطلاعات، نوع و ترکیب‌بندی اطلاعات، میزان استفاده از هریک از منابع اطلاعاتی، میزان وابستگی کاربر به منابع انسانی در دسترسی به اطلاعات، معیارهای انتخاب منابع از لحاظ صحت و دقت اطلاعات. ادهمی (1383) در پژوهش خود نمایشگاه‌های تخصصی را مهم‌ترین منبع دانشجویان رشته کشاورزی عنوان نموده است و روزآمد بودن اطلاعات منابع را مهم‌ترین عامل برای رجوع به آن عنوان کرده است. یافته‌های پژوهش صفری راد (1383) حاکی از آن است که منابع اطلاعاتی غیررسمی، بیشتر از منابع رسمی مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد.

با توجه به گستره‌ی عوامل تأثیرگذار بر رفتار اطلاع‌یابی جستجوگر، محقق در این پژوهش با بررسی مطالعات صورت گرفته و تحقیقات انجام شده توسط پژوهشگران، سه عامل از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر فرایند رفتار اطلاع‌یابی را در بین کارآفرینان صنعت گیاهان دارویی مورد بررسی قرار داده است. این عوامل عبارتند از: نوع منبع اطلاعاتی، معیارهای ارزیابی منابع و شیوه کسب اطلاعات. منبع اطلاعات حامل اطلاعاتی است که آن را به اشتراک می‌گذارد. به همین خاطر اسناد و مدارک، شرایط و حتی

⁴³Lee & Cho

⁴⁴Information Seeking Behavior

⁴⁵Robson and Robinson

⁴⁶Abbas

⁴⁷Fangs

مکان‌ها نیز می‌توانند منبع اطلاعاتی باشند. به اعتقاد هویلا⁴⁸(2010)، منبع اطلاعات نقطه مرکزی تجمع اطلاعات و یا نقطه مرکزی دست‌یابی به اطلاعات است. او در تقسیم‌بندی منابع اطلاعاتی آن را به دو بخش داخلی و خارجی تقسیم می‌نماید و در بعد دیگری منابع اطلاعاتی را به دودسته منابع استراتژیک و منابع غیراستراتژیک تقسیم می‌نماید. او منابع استراتژیک را منبع کلیدی و یا توانایی‌های اصلی و مهم اطلاق می‌کند. معیار انتخاب منبع اشاره به فاکتورهای ذهنی دارد و بر روش‌های ادراک ذهنی فرد از مطلوبیت منبع در راستای ارضای نیاز اطلاعاتیش استوار است. شیوه کسب اطلاعات بیانگر روش عینی جستجوگر در نیل به منبع اطلاعات است. (ویلسون، 2000)

ج) عوامل مؤثر بر رفتار اطلاع‌یابی

نوع منبع اطلاعات

اولیسون⁴⁹(1985) در پژوهش خود بر نقش بارز منابع اطلاعاتی در رفتار اطلاع‌یابی جستجوگران اشاره داشت ضمن اینکه او مجلات علمی را به عنوان مهم‌ترین منبع اطلاعاتی اعضای هیأت علمی معرفی نمود. همچنین کاسیم⁵⁰(2016) در تحقیق دیگری که به بررسی نیازهای اطلاعاتی مدیران شرکت‌های کوچک و متوسط پرداخت، نشان داد که همکاران(رقبا) منبع اطلاعاتی قابل‌ی برای کسب اطلاعات هستند. همچنین او منابع مورد علاقه کارآفرینان را دوره‌های آموزشی و جستجوهای اینترنت معرفی کرده است.

معیار ارزیابی منابع

زنگ⁵¹(2001)، در تحقیق خود فاکتورهای انتخاب منبع را اولویت اول عوامل تأثیرگذار بر رفتار اطلاع‌یابی دانست و پس از آن نوع منبع را مؤثر خواند. همچنین او معیار انتخاب منابع را دسترس‌پذیری، رضایت‌مندی، دانش و مهارت‌های تخصصی، نوع رشته تحصیلی، تفاوت‌های فردی و هنجارهای اجتماعی بیان نموده‌است. مطالعه اداره آمار اوگاندا⁵²(2003) در دسترس بودن منابع را به عنوان مهم‌ترین شاخص ارزیابی منبع نشان داده است. شاه⁵³و دیگران (2010) صحت اطلاعات موجود در

⁴⁸Huvila

⁴⁹Olaisen

⁵⁰Rassim

⁵¹Zhang

⁵²Uganda Bureau of Statistics

⁵³Shah

منبع را از مهم‌ترین شاخص ارزیابی منبع معرفی کرده است. اکاتر (2012) و آلویز (2005) مهم‌ترین عامل در ارزیابی منابع توسط جستجوگر را هزینه می‌دانند. رابسون و رابینسون (2014)، معتقدند که منبع اطلاعاتی باید دارای ویژگی‌هایی نظیر آشنایی با موفقیت‌های قبلی پیرامون استفاده از یک منبع، قابلیت اعتماد، روزآمد بودن، کیفیت و قابلیت دسترسی باشد. مرادفیض و ستین دامار (2014) بر میزان تجربه کارآفرینان در شناسایی منابع اطلاعاتی تأکید نمودند و کیفیت ذهنی اطلاعات را از مهم‌ترین ویژگی‌های منبع دانستند. در پژوهش خاکپور (1383)، استفاده از منابع انسانی، پراستفاده‌ترین روش اطلاع‌یابی بوده است. مهم‌ترین موانع و مشکلات در دستیابی به اطلاعات مورد نیاز، نبود منابع مورد نیاز در منابع اطلاعاتی کتابخانه و روزآمد نبودن منابع موجود عنوان شد. در پژوهش براری (1393) نیز معیارهایی همچون ارتباط منبع با سایر منابع، انسجام و پیوستگی و سرعت در کسب اطلاعات به عنوان معیارهای ارزیابی منبع مطرح شده‌اند.

نحوه کسب اطلاعات

مطالعات اداره آمار اوگاندا (2003) حاکی از آن است که مدیران شرکت‌ها اغلب برای دسترسی به منابع اطلاعات مورد نیاز خود، از ارتباط چهره‌به‌چهره استفاده می‌نمایند و سیستم‌های دولتی در ارائه اطلاعات بنیادین کسب‌وکار ضعیف عمل می‌کند و صاحبان کسب‌وکار به اطلاعات نهادهای دولتی اکتفا نمی‌کنند. کاسیم⁵⁸ و همکاران (2009) در تحقیقات خود نشان دادند که استفاده از منابع کتابخانه‌ای و رجوع به کتابخانه برای مدیران از جذابیت کمی برخوردار است. همچنین کاسیم (2010) بیان داشت اغلب کارآفرینان، اطلاعات کسب‌وکار خود را از طریق تعامل و تبادل اطلاعات و تجربیات خود با سایر کارآفرینان، دوستان و آشنایان به دست آورده‌اند. مرادفیض و ستین دامار (2014) اشاره نمودند که کارآفرینان بیشتر از طریق منابع رسمی (سازمان‌های دولتی) به جستجوی اطلاعات می‌پردازند.

در این پژوهش بر اساس مطالعات انجام شده تحقیقات پیشین و بخش کیفی پژوهش براری (1393)، در بخش نوع منبع اطلاعاتی مواردی نظیر کتاب و مجلات تخصصی، تصاویر و فیلم‌ها، منابع و مجموعه‌های شخصی، منابع اینترنتی، همکاران، صاحبان صنایع و رقبا، گزارش مجامع علمی، مراکز

⁵⁰Oconner

⁵⁵Alwis

⁵⁶Robson and Robinson

⁵Murad Fis & Cetindamar

⁵Kassim

تحقیقاتی و پژوهشگاه‌ها، پایان‌نامه‌ها و طرح‌های پژوهشی، محصولات ارائه شده در نمایشگاه‌ها، پزشکان و مراکز طب سنتی-گیاهی مورد سنجش قرار گرفته‌اند. در معیارهای ارزیابی منبع در این پژوهش نیز شاخص‌های سرعت در کسب اطلاعات، سهولت استفاده و بهره‌گیری، در دسترس بودن، قابلیت اعتماد، انسجام و پیوستگی، روزآمد بودن، هزینه، صحت و درستی اطلاعات، ارتباط منبع با سایر منابع را دربرمی‌گیرد و نحوه کسب اطلاعات شامل: مراجعه حضوری به کتابخانه‌ها، مراجعه حضوری به سازمان‌های مرتبط، مراجعه به وبسایت‌ها و وبلاگ‌های موجود (مانند کتابخانه‌ها و سازمان‌ها و...) و استفاده از خدمات شبکه اینترنت (موتورهای جستجو، پست الکترونیک و...)، مراجعه به منابع شخصی، برقراری ارتباط با همکاران و متخصصان داخل و خارج از کشور، حضور در کنفرانس‌ها نمایشگاه‌ها و نشست‌های داخلی و خارجی، استفاده از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی است.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از حیث هدف یک تحقیق کاربردی است، زیرا در جهت توسعه و دانش کاربردی در حوزه‌های اطلاع‌یابی، کارآفرینی و گیاهان دارویی انجام می‌گیرد و از حیث نحوه گردآوری داده‌ها توصیفی از نوع همبستگی است، زیرا به بررسی روابط و تأثیر متغیرهای مستقل تحقیق با متغیر وابسته (رفتار اطلاع‌یابی) می‌پردازد. از لحاظ میزان نظارت و درجه کنترل، مطالعه حاضر از نوع تحقیقات پیمایشی است.

جامعه‌ی مورد مطالعه در این پژوهش کارآفرینان صنعت گیاهان دارویی شهر تهران است که در سال 92-93 در قالب شرکت‌های ثبت شده در شهر تهران در حوزه گیاهان دارویی به فعالیت می‌پردازند که تعداد اعضای این جامعه 200 شرکت کارآفرینانه در حوزه گیاهان دارویی است. نمونه مورد مطالعه براساس جدول کرجسی- مورگان تعداد 127 نفر تعیین گردید، که به صورت تصادفی ساده گزینش شده‌اند. پرسشنامه تحقیق میان 140 نفر از کارآفرینان صنعت گیاهان دارویی شهر تهران توزیع گشت (جهت کاهش احتمال ریزش تعداد پرسشنامه‌های دریافت شده از نمونه‌های پژوهش و کاهش خطا، تعداد پرسشنامه‌های توزیع شده بیش از تعداد نمونه تعیین شده در نظر گرفته شده‌است) که از این تعداد 131 پرسشنامه در اختیار محقق قرار گرفت. اطلاعات جمعیت‌شناختی مربوط به جامعه آماری پژوهش در جدول (1) بیان گردیده است

جدول 1. توصیف نمونه‌ها بر حسب جنسیت، سن، تحصیلات و رشته تحصیلی

متغیر	جنسیت		سن				تحصیلات					رشته تحصیلی				
	زن	مرد	زیر 30 سال	30-39 سال	40-49 سال	بیش از 50	دیپلم	فوق دیپلم	اساتیس	فوق اساتیس	دکتر	داروسازی	کلیواری	مدیریت	علوم انسانی	مهندسی
فراوانی	61	70	1	52	50	28	5	13	30	53	30	26	48	23	17	17
درصد	53/4	46/6	1	39	38	22	3/8	9/9	22/9	40/5	22/9	19/8	36/6	17/6	13	13

پرسشنامه‌ی این پژوهش در 3 بخش (نوع منبع، ویژگی‌های منبع و شیوه کسب اطلاعات) با توجه به تحقیقات صورت گرفته با روش تحقیق کیفی براری (1393) طراحی و تدوین گردیده است. روایی پرسشنامه مورد استفاده در این پژوهش با استفاده از روایی محتوا⁵⁹ و روایی سازه⁶⁰ احراز گردید. روایی محتوا توسط متخصصین صنعت گیاهان دارویی، اساتید و خبرگان تأیید شده است و روایی سازه نیز با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی انجام شده است.

در این پژوهش پایایی ابزارها از طریق آلفای کرونباخ سنجیده شده است که ضرایب پرسشنامه‌های نوع منبع، ویژگی منبع، شیوه کسب اطلاعات و رفتار اطلاع‌یابی در جدول (2) بیان گردیده است. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای آماری SPSS(20) و LISREL (8,5) مورد تحلیل قرار گرفتند.

جدول 2. ضرایب پایایی آلفای کرونباخ متغیرهای پژوهش

متغیر	تعداد گویه	ضریب پایایی متغیر
نوع منبع	11	0/851
معیارهای انتخاب	9	0/785
شیوه کسب اطلاعات	9	0/780
رفتار اطلاع‌یابی	14	0/958

با توجه به ضرایب پایایی آلفای کرونباخ متغیرهای پژوهش جدول (2)، این ضرایب نشان دهنده این است که پرسشنامه‌ها از قابلیت اعتماد و به عبارت دیگر از پایایی لازم برخوردار است. برای اطمینان از مناسب بودن داده‌ها جهت انجام تحلیل عاملی روایی، آزمون کفایت کیسر، مایر و اولکین (KMO) و آزمون بارتلت انجام شد. مقدار آن همواره بین 0 و 1 در نوسان است در صورتی

⁵⁹Content Validity⁶⁰Construct Validity

که KMO کمتر از 0/5 باشد داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب نخواهد بود و اگر مقدار آن بین 0/5 تا 0/69 باشد داده‌ها متوسط بوده و اگر مقدار این شاخص، بزرگتر از 0/7 باشد همبستگی‌های موجود در بین داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب خواهند بود. مقدار آزمون KMO و مقدار آزمون بارتلت برای متغیرهای نوع منبع، ویژگی منبع، شیوه کسب اطلاعات و رفتار اطلاع‌یابی در جدول (3) بیان گردیده است که حاکی از کفایت نمونه و متغیرهای وارد شده جهت انجام تحلیل عاملی تأییدی است.

جدول 3. ضرایب آزمون کیفیت نمونه‌گیری برای متغیرهای پژوهش

متغیر	KMO	بارتلت	سطح معناداری	وضعیت کفایت نمونه‌گیری
نوع منبع اطلاعات	0/899	1160/214	0/001	مطلوب
معیارهای انتخاب منبع اطلاعات	0/748	701/565	0/001	مطلوب
شیوه کسب اطلاعات	0/846	635/384	0/001	مطلوب
رفتار اطلاع‌یابی	0/945	1955/959	0/001	مطلوب

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های کمی در پژوهش حاضر، از آمار در دو سطح توصیفی (فراوانی، درصد، میانگین، انحراف معیار، ضریب تغییرات) و استنباطی با استفاده از نرم افزار SPSS و Lisrel بهره گرفته شده است. برای بررسی روایی سازه پرسشنامه از تحلیل عاملی تأییدی استفاده گردیده است. همچنین به منظور بررسی پرسش پژوهش از آزمون‌های همبستگی پیرسون، ضریب تغییرات (CV) و تحلیل رگرسیون استفاده شده است.

یافته‌ها

تحلیل عاملی به منظور سنجش روایی مقیاس‌های اندازه‌گیری مورد استفاده قرار می‌گیرد و تحلیل عاملی تأییدی میزان برازش مدل با داده‌ها را محاسبه می‌کند (کارشکی، 1391). نتایج تحلیل عاملی تأییدی متغیرهای پژوهش نشان داده است که بار عاملی همه‌ی گویه‌های ابزار مورد نظر بالای 0/3 است و در حالت مطلوبی است و شاخص‌های برازش حاصل از اجرای تحلیل عاملی تأییدی نوع منبع، ویژگی منبع و شیوه کسب اطلاعات پس از اصلاح مدل، اعتبار مناسب ابزار را نشان می‌دهند.

جدول 4. شاخص‌های برازش مدل تحلیل عاملی تأییدی نوع منبع، ویژگی منبع و شیوه کسب اطلاعات

مقدار شاخص			شاخص‌های برازش مدل
شیوه کسب اطلاعات	ویژگی منبع	نوع منبع	
35/02	25/56	68/90	(χ^2) Chi-square
17	17	40	DF
2/06	1/503	1/722	χ^2/DF
0/090	0/062	0/075	RMSEA
0/94	0/96	0/91	GFI
0/88	0/89	0/85	AGFI
0/96	0/94	0/97	NFI
0/000	0/000	0/000	P-value

برای پاسخ به سؤال اول پژوهش، همان‌گونه که در ادبیات تحقیق اشاره شد، بر مبنای پژوهش‌های پیشین و پژوهش‌های صورت گرفته در حوزه رفتار اطلاع‌یابی کارآفرینان، مهم‌ترین عوامل اثرگذار که محقق در این پژوهش به آن پرداخته است عبارت است از: نوع منبع اطلاعاتی، ویژگی منبع اطلاعاتی و شیوه کسب اطلاعات توسط کارآفرینان صنعت گیاهان دارویی.

برای پاسخ به سؤال دوم پژوهش، با استفاده از نرم افزار SPSS 20 میانگین، انحراف معیار، ضریب تغییرات (CV) و اولویت‌بندی، برای همه سؤالات پرسشنامه به شرح زیر محاسبه شده است:

- با توجه به جدول (5) محصولات ارائه شده در نمایشگاه‌ها و منابع و مجموعه‌های شخصی به عنوان مهم‌ترین منبع اطلاعات کارآفرینان به شمار می‌آیند.

جدول 5. جدول اولویت‌بندی درجه اهمیت نوع منبع اطلاعات

اولویت	ضریب تغییرات (CV)	انحراف معیار	میانگین	متغیرها
1	0/2242	0/8252	3/6794	محصولات ارائه شده در نمایشگاه‌ها
2	0/2452	0/9456	3/8550	منابع و مجموعه‌های شخصی
3	0/2564	1/0142	3/9542	همکاران، صاحبان صنایع و رقبا
4	0/2667	0/9529	3/5725	پزشکان و مراکز طب سنتی-گیاهی
5	0/3411	1/3671	4/0076	وبلاگ‌ها و وبسایت‌ها
6	0/3717	1/3621	3/6641	مراکز تحقیقاتی و پژوهشگاه‌ها
7	0/3854	1/4360	3/7252	گزارش مجامع علمی
8	0/4018	1/3619	3/3893	نشریات و مجلات تخصصی

اولویت	ضریب تغییرات (CV)	انحراف معیار	میانگین	متغیرها
9	0/4178	1/4036	3/3588	کتاب
10	0/4727	1/1655	2/4656	تصاویر و فیلم‌ها
11	0/5525	1/4047	2/5420	پایان نامه‌ها و طرح‌های پژوهشی

به نظر می‌رسد کارآفرینان صنعت گیاهان دارویی برای یافتن ایده‌های نوین، یافتن بازار و تولید محصولات جدید به میزان زیادی متکی محصولات ارائه شده در نمایشگاه‌ها و آیین‌نامه‌ها، استانداردها و سایر منابع شخصی هستند و استفاده از پایان‌نامه‌های علمی و طرح‌های پژوهشی را مورد توجه قرار نمی‌دهند.

- صحت و درستی و روزآمد بودن اطلاعات در جدول (6) از مهم‌ترین معیارهای کارآفرینان برای انتخاب منبع است. همچنین کارآفرینان صنعت گیاهان دارویی در دسترس بودن منابع و سهولت استفاده از اطلاعات را در اولویت ارزیابی از منابع خود لحاظ نمی‌کنند.

جدول 6. جدول اولویت‌بندی درجه اهمیت ویژگی منبع اطلاعات

اولویت	ضریب تغییرات (CV)	انحراف معیار	میانگین	متغیرها
1	0/0844	0/4118	4/8779	صحت و درستی اطلاعات
2	0/0872	0/4191	4/8015	روزآمد بودن
3	0/1151	0/5266	4/5725	قابل اعتماد بودن
4	0/2788	1/0750	3/8550	انسجام و پیوستگی
5	0/3064	1/1508	3/7557	سرعت در کسب اطلاعات
6	0/3229	1/1390	3/5267	هزینه
7	0/3463	1/2347	3/5649	ارتباط منبع با سایر منابع
8	0/4105	1/2599	3/0687	در دسترس بودن
9	0/4186	1/2143	2/9008	سهولت استفاده و بهره‌گیری

- بر اساس جدول (7) مراجعه به منابع شخصی و ارتباط با همکاران و متخصصان داخل کشور از مهم‌ترین شیوه‌های کسب اطلاعات در کارآفرینان این حوزه است و کارآفرینان در بیشتر مواقع تمایل چندانی برای حضور در کنفرانس‌ها، نمایشگاه‌ها و نشست‌های خارجی از خود نشان نمی‌دهند.

جدول 7. جدول اولویت‌بندی درجه اهمیت شیوه کسب اطلاعات

اولویت	ضریب تغییرات (CV)	انحراف معیار	میانگین	متغیرها
1	0/2539	0/9752	3/8397	مراجعه به منابع شخصی
2	0/2602	0/9734	3/7405	ارتباط با همکاران و متخصصان داخل کشور
3	0/3011	1/0299	3/4198	حضور در کنفرانس‌ها نمایشگاه‌ها و نشست‌های داخلی
4	0/3417	1/3280	3/8855	مراجعه به وبسایت‌ها و وبلاگ‌های موجود (مانند کتابخانه‌ها و سازمان‌ها و...) و استفاده از خدمات شبکه اینترنت (موتورهای جستجو، پست الکترونیک و ...)
5	0/3922	1/3024	3/3206	مراجعه حضوری به سازمان‌های مرتبط
6	0/4767	1/1136	2/3359	استفاده از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی
7	0/4890	1/5827	3/2366	ارتباط با همکاران و متخصصان خارج از کشور
8	0/4958	1/1203	2/2595	مراجعه حضوری به کتابخانه‌ها
9	0/5314	1/4036	2/6412	حضور در کنفرانس‌ها، نمایشگاه‌ها و نشست‌های خارجی

- بر اساس جدول (8) عبارت "من دوست دارم به اطلاعاتی دست یابم که با مطالعه‌ی آنها، نگرش‌ام به آن موضوع کامل‌تر شود" از اهمیت بیشتری در بین پاسخ دهندگان برخوردار است.

جدول 8. جدول اولویت‌بندی درجه اهمیت رفتار اطلاع‌یابی

اولویت	ضریب تغییرات (CV)	انحراف معیار	میانگین	متغیرها
1	0/2543	0/9826	3/8626	من دوست دارم به اطلاعاتی دست یابم که با مطالعه‌ی آنها، نگرش‌ام به آن موضوع کامل‌تر شود.
2	0/2767	1/0857	3/9237	برای دسترسی به اطلاعات مورد نیاز خود، نهایت تلاشم را می‌کنم.
3	0/2795	1/0628	3/8015	اطلاعاتی که رویکرد جدیدی به یک موضوع دارند نیز مورد توجه من است.
4	0/2800	1/0901	3/8931	رسیدن به اطلاعات در اولین تلاش
5	0/2816	1/0383	3/6870	برخورد محتاطانه با مقابل اطلاعات ندانسته
6	0/2817	1/0776	3/8244	برای دسترسی به اطلاعات مورد نیاز خود، از شیوه‌های جستجوی مختلفی بهره می‌گیرم.
7	0/2833	1/1184	3/9466	مشکل داشتن در فهم اطلاعات بازیابی شده

اولویت	ضریب تغییرات (CV)	انحراف معیار	میانگین	متغیرها
8	0/3120	1/0910	3/4962	با گذشت زمان، دسترسی به اطلاعات مرتبط بیشتر می‌شود
9	0/3297	1/1527	3/4962	سخت بودن انتخاب منابع برای استفاده
10	0/3369	1/1575	3/4351	مشکل داشتن در تحلیل اطلاعات و استفاده از آن
11	0/3451	1/1752	3/4046	اعتماد به مطالب چاپ شده در کتاب
12	0/3465	1/1903	3/4351	تخصیص کم زمان برای جستجوی اطلاعات
13	0/3487	1/2299	3/5267	عدم جستجو در زمان مواجه با کمبود وقت
14	0/4602	1/3315	2/8931	حاضر م برای دسترسی به اطلاعات مورد نیازم، هزینه (مادی) کنم.

- برای بررسی سؤال سوم پژوهش از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است که ضرایب همبستگی در جدول (9) بیان شده است.

جدول 9. میانگین، انحراف معیار و همبستگی بین مؤلفه‌های پژوهش

همبستگی‌ها				رتبه	رتبه	شاخص‌ها متغیرها
4	3	2	1			
			1	0/910	3/4740	نوع منبع
		1	.208 ⁺	0/435	3/8804	معیارهای انتخاب
	1	.219 ⁺	.898 ^{**}	0/706	3/1866	شیوه کسب اطلاعات
1	.463 ^{**}	.430 ^{**}	.311 ^{**}	0/517	3/8015	رفتار اطلاع‌یابی

** معناداری در سطح 0/01

* معناداری در سطح 0/05

با توجه به جدول (9) تمامی روابط بین متغیرهای پژوهش در سطح اطمینان 0/05 معنادار است. برای بررسی پرسش چهارم پژوهش که در مورد مشخص کردن سهم عوامل تأثیرگذار بر رفتار اطلاع‌یابی کارآفرینان صنعت گیاهان دارویی از تحلیل رگرسیون چند متغیره به روش گام به گام استفاده می‌شود که نتایج آزمون در جدول (10) آورده شده است.

جدول 10. نتایج رگرسیون گام به گام برای تعیین سهم تأثیرگذاری عوامل بر رفتار اطلاع‌یابی

گام‌ها	متغیرهای پیش‌بین	ضریب همبستگی چندگانه R	مجذور ضریب همبستگی چندگانه R ²	ضرایب استاندارد بتا (Beta)	T	سطح معناداری
گام اول	نوع منبع	0/436	0/191	0/622	13/263	0/000
گام دوم	نوع منبع و ویژگی منبع	0/542	0/294	0/519 0/488	7/662 6/502	0/000 0/000
گام سوم	نوع منبع و ویژگی منبع معیارهای انتخاب منبع	0/621	0/385	0/413 0/376 0/355	7/383 5/802 5/131	0/000 0/000 0/000

با توجه به جدول (10)، می‌توان نتیجه گرفت که از بین سه عامل مطرح شده (نوع منبع، ویژگی منبع و معیارهای انتخاب منبع)، هر سه عامل فوق به عنوان عوامل تأثیرگذار بر رفتار اطلاع‌یابی مشخص گردیده است که در هر گام یکی از عوامل وارد معادله شده است و در نهایت در گام سوم مشخص گردید که عوامل نوع منبع، ویژگی منبع و معیارهای انتخاب منبع به طور کلی 0/385 از واریانس رفتار اطلاع‌یابی را تبیین نموده‌اند.

همچنین با توجه به جدول (10)، برای تعیین سهم هر یک از عوامل بر رفتار اطلاع‌یابی براساس ضرایب استاندارد بتا در گام سوم می‌توان عنوان کرد که سهم عامل نوع منبع با ضریب استاندارد 0/413 بالاترین تأثیر رگرسیونی را در میان سه عامل مورد نظر داشته است.

بحث و نتیجه‌گیری

باتوجه به آنچه که اشاره شد، هدف پژوهش حاضر بررسی و تحلیل نوع منبع اطلاعاتی، شیوه کسب اطلاعات و ویژگی‌های منابع مورد استفاده در فرایند رفتار اطلاع‌یابی کارآفرینان صنعت گیاهان دارویی بوده است چرا که، کارآفرینان با توجه به نوع بینش، ایدئولوژی و چشم انداز ذهنی مختص به خود، تحت تأثیر عوامل گوناگونی قادرند در مسیر جستجوی اطلاعات خود، رفتارهای متفاوتی را از خود نشان دهند. لذا با شناخت این عوامل و اصلاح اشکالات و رفع موانع موجود در آن، می‌توان به نحو مؤثری فرایند اطلاع‌یابی آنها را در جهت تمایل بیشتر به کسب و کارهای حوزه گیاهان دارویی بهبود بخشید. علاوه بر این، با کسب اطلاعات بیشتر در این زمینه می‌توان متخصصان اطلاع‌رسانی و طراحان

سیستم‌های اطلاعاتی را به گونه‌ای هدایت نمود که در ارائه‌ی خدمات و طراحی نظام‌های اطلاعاتی خود، نیازهای گروه‌های مختلف جستجوگران را که از محیط‌های متنوع و با نگرش‌های متفاوتی به جستجوی اطلاعات می‌پردازند، در نظر بگیرند و زمینه را برای حضور هرچه بیشتر آنها فراهم نمایند.

با توجه به مبانی نظری تحقیق و مطالعه میدانی انجام شده، اولویت منابع اطلاعات کارآفرینان صنعت گیاهان دارویی شامل: محصولات و اطلاعات ارائه شده در نمایشگاه‌ها (با ضریب تغییرات 0/224)؛ مجموعه‌های شخصی (0/245)؛ رقبای، همکاران و صاحبان صنایع (0/256)؛ پزشکان و مراکز طب سنتی و گیاهی (0/266) است. همچنین رایج‌ترین شیوه کسب اطلاعات در میان کارآفرینان صنعت گیاهان دارویی عبارت است از: رجوع به منابع شخصی (0/253)؛ ارتباط با همکاران، مشاوران و متخصصان داخل کشور (0/260)؛ حضور در کنفرانس‌ها و گردهمایی‌های داخلی (0/301). در حقیقت مراجعه به دانش، تجربه، آیین‌نامه‌ها، استانداردها و دستورالعمل‌ها، تعامل با همکاران و متخصصان داخلی و مراجعه به منابع اینترنتی، نخستین گزینه‌ای است که کارآفرینان گیاهان دارویی برای جستجوی اطلاعات مورد توجه قرار می‌دهند. در این میان اتکا به روابط و تعامل با متخصصان، مشاوران و صاحب نظران داخلی نکته‌ای قابل تأمل و درخور توجه است که در کنار رجوع به منابع شخصی و حضور در نمایشگاه‌ها با توجه به تعریف ویلکینز و لکی (1997) تمایل به سمت روابط غیررسمی، در رفتار کارآفرینان حوزه گیاهان دارویی را نشان می‌دهد و تأییدی است بر این نکته که کارآفرینان بیشتر به سمت منابع غیررسمی گرایش دارند و باید نشست‌های مستمر و تخصصی میان کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکار در این حوزه تدارک دیده شود. لازم به توضیح است که این نتایج با تحقیقات کاسیم (2010) همسو است. اولیسون (1990) و نیکام (2006) کتاب و نشریات را مهم‌ترین منابع مورد استفاده جستجوگران در هند اعلام داشتند. انجورج (2011) نیز با مهم خواندن زیرساخت فناوری اطلاعات و ارتباطات در فرایند اطلاع‌یابی کارآفرینان اذعان داشت که مراجعه به منابع اینترنتی شیوه غالب در دسترسی به اطلاعات است که با نتیجه‌ی این بخش از پژوهش هم سو نیست. همچنین اورسی چیو و همکاران (2010) یکی از سه منبع مهم مورد استفاده جستجوگران اطلاعات را استفاده از نظرات همکاران و رقبا عنوان نمود که همراستا با نتایج پژوهش حاضر است.

⁶⁴Wilkins and Leckie

⁶⁵Nikam

⁶⁶Rjorge

همچنین کارآفرینان صنعت گیاهان دارویی منابع خود را بیشتر بر مبنای صحت و درستی (0/084)، روزآمد بودن اطلاعات (0/087) و قابلیت اعتماد (0/115) انتخاب می‌کنند و در دسترس بودن و سهولت استفاده از منبع برایشان اهمیت چندانی ندارد. شاه و دیگران (2010) بیشتر به همین نتیجه دست یافته‌اند. رزنبرگ⁶⁴ (1967)، فوستر⁶⁵ (1977)، ژو⁶⁶ و دیگران (2006)، هاپنفلد و اسمیت⁶⁷ (2014) با اهمیت‌ترین معیارهای انتخاب منبع را در دسترس بودن و سهولت استفاده عنوان کرده بودند که نشان‌دهنده هم سو نبودن با پژوهش حاضر است و می‌تواند دلیلی بر این ادعا باشد که سیستم‌های اطلاعاتی این حوزه همراستا با روند جهانی توسعه نیافته و کارآفرینان حاضرند برای به دست آوردن اطلاعات صحیح، روزآمد و قابل اعتماد تلاش بیشتری انجام دهند.

با توجه به آنچه گفته شد، این احتمال وجود دارد که گرایش روزافزون کارآفرینان به منابع اطلاعاتی غیررسمی، در آینده‌ی نه چندان دور، به کم توجهی و شاید هم بی‌توجهی کاربران به منابع اطلاعاتی سنتی نظیر کتاب و نشریات تخصصی منجر شود. این مسئله زمانی که با کاهش میزان مراجعه به گزارش مجامع علمی، پژوهشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی از جانب کارآفرینان روبه رو گردد، می‌تواند از کمیت و کیفیت شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های ارزشمند این حوزه بکاهد. بی‌تردید ادامه‌ی این روند، بازار گیاهان دارویی را برای فعالیت کارآفرینان، فاقد ارزش جلوه خواهد داد و حضور جهانی کارآفرینان ایرانی را دچار خدشه خواهد ساخت.

همان گونه که اشاره شد عوامل نوع منبع، معیارهای ارزیابی منبع و شیوه کسب اطلاعات دو به دو همبسته هستند و این می‌تواند بیانگر این مهم باشد که تجربیات، دانش پیشین و ادراکات کارآفرین از معیارهای انتخاب منبع موجب گرایش بیشتر او به برخی منابع خاص و استفاده از شیوه‌هایی صورت می‌پذیرد که تطابق بیشتری با معیار و ملاک مورد نظر او داشته باشد.

یافته‌های مربوط به پرسش سوم پژوهش حاکی از آن بود که سه عامل نوع منبع، ویژگی منبع و معیارهای انتخاب منبع تقریباً 38 درصد از تغییرات رفتار اطلاع‌یابی را تبیین کنند و از بین این سه عامل، نوع منبع باتوجه به ضریب بتا (0/413) بیشترین تأثیر را روی رفتار اطلاع‌یابی گذاشته است. یمین فیروز و داورپناه (1389)، در تحقیق خود نوع منبع را مؤثر دانستند.

⁶⁴Rosenberg

⁶⁵Foster

⁶⁶Xu

⁶⁷Hoppenfeld & Smith

آنچه که در پژوهش حاضر به عنوان عاملی نگران کننده به چشم می‌خورد عدم رجوع و انتخاب کارآفرینان صنعت گیاهان دارویی به منابع دولتی است. با وجود اینکه سند ملی گیاهان دارویی توسط نهادهای دولتی تدوین شده است اما راهکارهای اجرایی کمی برای توسعه صنعت گیاهان دارویی اندیشه شده است. همچنین محبوبیت و استفاده‌ی کم از منابع علمی، کتب و نشریات که در رفتار اطلاع‌یابی کارآفرینان صنعت گیاهان دارویی مشاهده شده است از جمله عللی است که موجب می‌گردد کشور ما با وجود پتانسیل و غنای بالای گونه‌های گیاهی جایگاه مناسبی در جهان در تولید و فروش گیاهان دارویی نداشته باشد. امید است با استفاده از نتایج تحقیقات و پژوهش‌هایی در زمینه رفتار اطلاع‌یابی کارآفرینان صنعت گیاهان دارویی، بتوان متخصصان اطلاع‌رسانی و طراحان نظام‌های اطلاعاتی را به گونه‌ای هدایت نمود که در ارائه‌ی خدمات و طراحی نظام‌های اطلاعاتی خود، نیازهای گروه‌های مختلف جستجوگران را در نظر بگیرند تا از این طریق شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی بیش از پیش تسهیل گردد.

پیشنهاد‌های کاربردی

به دلیل پراکندگی منابع اطلاعات داخلی، و عدم وجود منبعی جامع و فراگیر در حوزه گیاهان دارویی، پیشنهاد می‌گردد نهادهای مربوطه اقدام به ایجاد یک منبع اطلاعاتی با قابلیت برقراری ارتباط با سایر منابع (شبکه شدن) نمایند تا از میزان پراکندگی منابع کاسته شود و راه ورود کارآفرینان از طریق دسترسی به سیستم جامع و فراگیر اطلاعات به صنعت گیاهان دارویی تسهیل گردد. با توجه به اقبال و اعتنای کارآفرینان صنعت گیاهان دارویی از نمایشگاه‌های تخصصی حوزه خود به عنوان منبع اطلاعات کاربردی پیشنهاد می‌گردد نمایشگاه‌های تخصصی ادواری در کشور (منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی) به منظور آشنایی هرچه بیشتر کارآفرینان با فرصت‌ها و ظرفیت‌های نوین این صنعت و با نظارت سازمان‌ها و نهادهای مسئول و حامی کسب‌وکار برگزار گردد. به دلیل عدم تمایل کارآفرینان به استفاده از منابع علمی نظیر پایان‌نامه‌ها و طرح‌های پژوهشی، تدوین برنامه‌هایی جهت ارتباط دوسویه هرچه بیشتر مراکز علمی با نهادهای مرتبط با صنعت گیاهان دارویی (نظیر وزارت جهاد کشاورزی) به منظور آگاهی از نیازها و مسائل حوزه گیاهان دارویی و انجام تحقیقات کاربردی در این حوزه اقدام به تشکیل بانک اطلاعاتی کاربردی از کتب، نشریات، نتایج آزمایشگاهی و پایان‌نامه‌های معتبر این حوزه برای ترغیب کارآفرینان به استفاده از منابع علمی معتبر و روزآمد گردد.

فهرست منابع

1. ادهمی، اعظم. 1383. اطلاع‌یابی و رفتار اطلاع‌یابی چیست؟ فصلنامه اطلاع‌رسانی. 19، 3 و 4: 15-1
2. بابایی، محمود. 1378. نیاز سنجی اطلاعات..تهران: مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران.
3. براری، الهه. 1393. شناسایی و تحلیل رفتار اطلاع‌یابی کارآفرینان. (پایان نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه تهران.
4. خاکپور، علی. 1383. رفتار اطلاع‌یابی دانشجویان تحصیلات تکمیلی علوم اطلاع‌رسانی و کتابداری. فصلنامه کتاب، جلد 15، شماره 1، صص 96-88.
5. سند ملی توسعه فناوری راهبردی گیاهان دارویی و طب ایرانی. 1392. شورای عالی انقلاب فرهنگی، صص 1-33 قابل دسترسی در: <http://law.dotic.ir/AIPLaw/lawview.do?reqCode=lawView&lawId=206992&type=all&isLaw=1>
6. صفری راد، فاطمه. 1383. بررسی نیازهای اطلاعاتی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه شیراز. فصلنامه کتاب. دوره پانزدهم، شماره 4 (زمستان)، صص: 102-88.
7. کارشکی، حسین. 1391. روابط ساختاری در تحقیقات علوم انسانی به همراه نرم افزار لیزرل. تهران: آوای نور.
8. کشفی بناب، علیرضا. 1389. مزیت نسبی اقتصادی کشت و تجارت گیاهان دارویی در ایران و ارزش آن در بازارهای جهانی. بررسی‌های بازرگانی، 8(44): 78-67
9. یمین فیروز، موسی، و محمدرضا داورپناه. 1389. بررسی رفتار اطلاع‌یابی اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد از اینترنت. نشریه اطلاع‌رسانی و کتابداری، 26(2): 44-31.
10. Abbas, A. D., A.M. Abubakar. B.Omeiza. and K. Minoza. 2013. Information seeking behavior and computer literacy among resident doctors in Maiduguri, Nigeria. *Annals of African Medicine*, 12(2): :115-119. Retrieved from www.annalsafrmed.org.
11. Al-Suqri, M. 2011. Information-seeking behavior of social science scholars in developing countries: A proposed model. *The International Information & Library Review*, 43: 11-14.
12. Alwis, d. G. 2005. Review Article Transformation in managers' information seeking behaviour: a review of the literature. *Journal of Information Science*, 32(4), 362-377

۱۳. Asquith, P., and A. Mikhail. 2005. information content of equity analysts report. *Journal of Financial Economics*, 72: 245-282.
۱۴. Atherton, A. and P. D. Hannon. 2006. Localised strategies for supporting incubation Strategies arising from a case of rural enterprise development. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13 (1):48-61.
۱۵. Aurisicchio, M., R. Bracewell., and K. Wallace. 2010. Understanding how the information requests of aerospace. *Journal of Engineering Design*, 21: 707-730.
۱۶. Chiware, E., and A. Dick. 2008. The use of ICTs in Namibia's SME sector to access business information services. *The Electronic Library*, 26:145-157.
۱۷. Dade, A., and D. Hassenzahl. 2013. Communicating sustainability A content analysis of website communications in the United States. *International Journal of Sustainability*, 14: 254-263.
۱۸. David Kahan, D. Entrepreneurship in farming. 2012. *Food and Agriculture Organization of the United Nation*. 2-2.
۱۹. Devi, T. S. and N. Dlamini. 2014. Information Needs and Seeking Behavior of Agricultural Students at the University of Swaziland: a Case Study . *International Journal of Digital Library Services*, 4(2): 1-15.
20. Ellinger, A. and D. R. P. Bostrom. 2002. An Examination of Managers' Beliefs About Their Roles as Facilitators of Learning. *Management Learning*, 33(2): 147-17.
۲۱. Ellinger, A. D. A. F. Ellinger. Keller, S. B. 2003. Supervisory Coaching Behavior, Employee Satisfaction, and Warehouse Employee Performance: A Dyadic Perspective in the Distribution Industry. *Human resource development quarterly* 14(4): 435.
۲۲. Engel, D., S. Robbins., and C. Kulp. 2011. The information-seeking habits of engineering faculty. *College & Research Libraries*, 72: 548-567.
۲۳. Fang, R. Chi, L. Chen, M. and Barron, R. A. 2015. Bringing Political kill in to Social Network: Finding from a Field Study of Entrepreneurs. *Journal of Management Studies*. 52(2), 175-212.

۲۴. Foster, A. 2003. A nonlinear model of information-seeking behavior. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 55(3):228-237.
۲۵. Grijalva, T., and C. Nowell. 2014. What Interests Environmental and Resource Economists? A Comparison of Research Output in Agricultural Economics versus Environmental Economics. *Agricultural and Resource Economics Review*, 43, 209-226.
۲۶. Hoppenfeld, J. and M.M. Smith. 2014. Information-Seeking Behaviors of Business Faculty. *Journal of Business & Finance Librarianship*, 19(1):1-14
۲۷. Huvila, I. 2010. Information Sources and Perceived Success in Corporate Finance. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 61(11): 2219-2229.
۲۸. Ikoja-Odongo, R., and J. Mostert. 2006. Information seeking behaviour: A conceptual framework. *Library and Information Science*, 72(3):145-158.
۲۹. Kassim, N. A. 2010. Information needs of Malaysian Bumiputera would-be entrepreneurs. *Malaysian Journal of Library & Information Science*, 15(2): 69-57.
۳۰. Khan, S.A. 2011. Information needs and information seeking behavior : A survey of college faculty T Bahawalpur. *Library Philosophy and Practice*. 1-13. <http://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/484>
۳۱. Klapper, L., and I. Love. 2011. Entrepreneurship and Development: The Role of Information Asymmetries. *The World Bank Economic Review*, 25: 448-455.
۳۲. Kosalec, I., J. Cvek., and Tomic, S. 2009. Contaminants of Medicinal herbs and herbal products. *Arh Hig Rada Toksikol*, 60(4):485-501.
۳۳. Kumar, S., and P. Shukla. 2013. Information Seeking Pattern in Electronic Environment of Sciences and Arts Researchers A Comparative Study. *Brazilian Journal of Science*, 7: 57-66.
۳۴. Lee, J.S., and Cho, H. 2011. Factors Affecting Information Seeking and Evaluation in a Distributed Learning Environment. *Educational Technology & Society* 14(2):213-223

۳۵. Lin, C.Y., and S.J. Yoo. 2013. Managers' Information Seeking Behaviors During Organizational Change: A Pre- and Post-Event Analysis. *South Asian Journal of Management*. 20(4):7-30.
۳۶. Mills, L., Knezek, G., and Khaddage, F. 2014. Information Seeking, Information Sharing, and going mobile: Three bridges to informal learning. *Computers in Human Behavior*, 32: 324-334.
۳۷. Murat .F.A., and D.Cetindamar. 2014. *Start-Up Information Search Practices: The Case of Turkey*. *Emerging Markets Finance & Trade* , 49(6) : 22 36.
۳۸. Njoroge, G. G. Kiplang'at, J. and Odero, D. 2011. Diffusion and utilisation of information and communication technologies by micro and small entrepreneurs in the tourism industry in Kenya. *Mousaion Journal*, 29(2), 117—138.
۳۹. Nikam, K. 2000. A study of the information seeking behavior of the users of select sectoral information centers in Southern India. *PHD thesis in library and information science of University of Mysore Guide V.G.T alawarr*.
۴۰. Niu, X., and B. Hemminger. 2011. A Study of Factors That Affect the Information-Seeking Behavior of Academic Scientists. *Journal of the American society for information science and Technology*, 63: 336-353.
۴۱. O'Connor, L. G. 2013. The information seeking and use behaviors of retired investors. *Journal of Librarianship and Information Science*, 45(1): 3-22.
۴۲. Olaisen, J. 1985. Information quality factors and the cognitive authority of electronic information. In I. Wormell (Ed.), *Information quality: Definitions and dimensions*, 99-120.
۴۳. Paisley, W. J. 1968. Information needs and uses. *Annual Review of Information Science and Technology*, 3, 1-30.
۴۴. Robson, A. and L. Robinson. 2014. Building on models of information behaviour: linking information seeking and communication. *Journal of Documentation*, 69(2): 169-193.

٤٥. Rosenberg, V. 1967. Factors affecting the preferences of industrial personnel for information gathering methods. *Information Processing & Management*, 3: 119–127.
٤٦. Shah, B.F., Hajrem, E., Sunner, M.F., Braein, D. (2010). "Toward Supporting Information-seeking and Retrieval Activities based on Evolving Topic-Needs". *Journal of Documentation*, 67(3): 525 – 559
٤٧. Uganda Bureau of Statistics. 2003. statistical abstract. *Uganda Bureau of Statistics (UBOS.)*, 1-225.
٤٨. Wang, K.Y., Hermens, A., Huang, K.P., Chelliah, J. 2015. Entrepreneurial Orientation and Organizational Learning on SME S' Innovation. *The International Journal of Organizational Innovation*, 7 (4): 71-81.
٤٩. WHO. (2007). WHO monographs on selected medicinal plants. *WHO Library Cataloguing-in-Publication Data*, 3.
٥٠. Wilkins, J. and G. Leckie. 1997. University Professional and Managerial Staff: Information Needs and Seeking. *College and Research Libraries*, 58: 561 – 574.
٥١. Wilson, T. 2000. Human information behavior. *Informing Science*, 3: 49-56.
٥٢. Xu, Y., B. Tan., and L. Yang. 2006. Who will you ask? An empirical study of interpersonal task information seeking. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 57(12): 1666-1677.
٥٣. Zhang, Y. 2001. Scholarly use of internet-based electronic recourse. *Journal of the American Society for information Science and Technology*, 52: 1-6.

Effective factors on information seeking behavior of entrepreneurs in medicinal plants industry

Abstract

This research aims to identification and analysis informational sources, A method of obtaining information and Evaluation Criteria Sources that used in the information seeking behavior of entrepreneurs in medicinal plants industry process. This is descriptive and correlational research and quantitative research methods is used in this study. To collect data, according to Morgan - krejcie table Was selected a sample size of 140 subjects, the medicinal plant industry entrepreneurs selected by simple random sampling in Tehran city. A questionnaire developed by the researchers for this study, The Content validity of This questionnaire by elitesand and the Reliability by using the Cronbach's alpha was confirmed. For data analysis in this study used SPSS 20 and Lisrel 8.50I Software. And to answer the research questions, the researcher used of Pearson correlation and regression analysis and the coefficients of variation. Eventually The analyzes carried out shown that The type of source, a method of obtaining information and Evaluation Criteria Sources a significant Pairwise relationship. As well as The type of information source Factor is the greatest impac on information seeking behavior of entrepreneurs medicinal plants. also the medicinal plant industry entrepreneurs are considered the specialized exhibitions as their first priority in the usage of sources And for the for entrepreneurs, accuracy of the information is more important than the other existing criteria. And they preferred to Earn information from their personal sources to other ways. The results obtained in this research assist to policymakers in designing efficient and effective information system that tailored to entrepreneurs needs.

Keywords: Medicinal plants, Information seeking behavior, entrepreneurship, Informational resources