مطالعات محیطی هفت حصار شماره سی‌ویکم/ سال هشتم/ بهار ۱۳۹۹
صفحات ۸۳-۷۵

بررسی تأثیرات مؤلفه‌های اجتماعی و محیط نهادی بر توسعه کارآفرینی

اسماعیل قاسمی*، علی‌اصغر مهاجرانی، منصور حقیقتیان*****

تاریخ دریافت مقاله: ۹۸/۱۱/۱۱
تاریخ پذیرش مقاله: ۹۹/۱/۱۴

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-22]

[DOR: 20.1001.1.23225602.1399.8.31.9.4]
[DOI: 10.29252/hafthesar.8.31.9]

چکیده

این مقاله با هدف بررسی و شناخت نقش عوامل اجتماعی و محیط نهادی بر توسعه کارآفرینی در شهرستان فسا تدوین گردیده است. جامعه آماری تحقیق کلیه افرادی هستند که ظرف ۵ سال گذشته در شهرستان فسا در بخش کشاورزی کسب‌وکار جدیدی را ایجاد نموده‌اند. چارچوب نظری تحقیق نظریات رابرت پوتنام، فرانسیس فوکویاما در باب شبکه‌های اجتماعی و نظریه پیوندهای قوی ضعیف مارک گرانووتر و نظریات داگلاس نورث است. همچنین از دیدگاه‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM) به‌عنوان مبنای نظری برای متغیر وابسته (توسعه کارآفرینی کشاورزی) بهره گرفته‌شده است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۲۸۸ نفر که با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی سیستماتیک انتخاب گردیده‌اند. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه بوده و برای تجزیه‌وتحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS و AMOS استفاده‌شده است. اجرای آزمون رگرسیون بین متغیرها نشان داد، متغیر اعتماد اجتماعی (۰/۱۵)، پیوند اجتماعی (۰/۱۹)، مشارکت اجتماعی (۰/۱۱)، حمایت اجتماعی (۰/۱۹)، کیفیت قوانین و حقوق مالکیت (۰/۱۹)، ثبات سیاسی دولت (۲۰٪) و کیفیت خدمات عمومی (۶۴٪) بر توسعه کارآفرینی کشاورزی مؤثر می‌باشند. همچنین آزمون همبستگی پیرسون وجود رابطه بین متغیرهای مستقل فوق و متغیر وابسته توسعه کارآفرینی کشاورزی در سطح ۹۹ درصد را تائید می‌نماید. رگرسیون چندگانه نشان داد مؤلفه‌های اجتماعی قادر به پیش‌بینی (۲۹٪) درصد و مؤلفه محیط نهادی (۲۸٪) از تغییرات کارآفرینی کشاورزی می‌باشند. در بین متغیرهای اجتماعی بیشترین تأثیر متعلق به متغیر حمایت اجتماعی و در بین متغیرهای محیط نهادی، متغیر ثبات سیاسی بیشترین توان پیش‌بینی تغییرات متغیر توسعه کشاورزی را دارا می‌باشد.

واژگان کلیدی

کارآفرینی کشاورزی، اعتماد اجتماعی حمایت‌های اجتماعی، پیوندهای اجتماعی، محیط نهادی شهرستان فسا

* دانشجوی دکتری جامعه شناسی، واحد دهاقان، دانشگاه آزاد اسلامی ایران، دهاقان، ایران
** دانشیار گروه جامعه شناسی، واحد دهاقان، دانشگاه آزاد اسلامی ایران، دهاقان، ایران
*** دانشیار گروه جامعه شناسی، واحد دهاقان، دانشگاه آزاد اسلامی ایران، دهاقان، ایران

مقدمه

بخش کشاورزی به‌عنوان بخش تأمین‌کننده مواد غذایی نیز همیشه موردتوجه بوده و بشر در طول تاریخ به دنبال ابداع روش‌ها و فنون جدید در جهت افزایش تولید و بهره‌وری در این بخش بوده است. در کشور ما نیز بخش کشاورزی اهمیت فراوانی دارد. علیرغم اجرای سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌های گوناگون هنوز مشکلات عدیده‌ای در این بخش وجود دارد. هنوز نتوانسته‌ایم در بهینه‌سازی مصرف آب در کشاورزی موفقیت‌هایی را حاصل کنیم. بهره‌وری بخش کشاورزی به‌شدت پایین است. مهاجرت از روستا به شهر سیر صعودی خود را ادامه می‌دهد و بسیاری از سکونتگاه های روستایی خالی از سکنه گردیده است. بر اساس گزارش اتاق بازرگانی (۱۳۹۶) میزان سهم بخش کشاورزی در تولید ناخالص داخلی درگذشته روند کاهشی داشته است. همچنین محققین در اکثر کشورهای توسعه‌یافته در این موضوع اتفاق‌نظر دارند که اگر افراد شاغل در بخش کشاورزی همگام و همسو با عمل و تکنولوژی گام برندارند، کلیه تلاش هایی که در جهت رشد و توسعه کشاورزی به عمل می آید ممکن است به شکست بینجامد. فن آوری در شرایطی که بر اساس دانش روز و مبتنی بر شرایط خاص اجتماعی، اقتصادی منطقه موردنظر باشد به افزایش تولید و کاهش هزینه‌ها در واحد سطح منجر خواهد شد. امروزه تأثیر پدیده کارآفرینی بر پیشرفت بخش‌های مختلف اقتصادی در جوامع بر هیچ‌کس پوشیده نیست. این تأثیر به‌اندازه‌ای است که برخی انقلاب کارآفرینی را به‌مراتب از انقلاب صنعتی مهم‌تر می‌دانند و یکی از وجوه اختلاف در میزان توسعه یافتگی کشورها به‌ویژه توسعه اقتصادی، اختلاف در سطح توسعه کارآفرینی است. بیشتر اندیشمندان کارآفرینی را یک فرایند اقتصادی و اجتماعی می‌دانند و معتقدند کارآفرینان محصول محیط اجتماعی خود می‌باشند؛ بنابراین مؤلفه‌های محیطی و اجتماعی می‌توانند بر فرایند و ماهیت کارآفرینی تأثیرگذار باشند. نگاهی دقیق‌تر به موضوع کارآفرینی و کنکاش در ابعاد آن نشان می‌دهد، این موضوع دارای ابعاد مختلف اقتصادی و اجتماعی، فرهنگی و نیز روانشناسی است. در حوزه پژوهشی یک موضوع بین‌رشته‌ای بوده و اندیشمندان مختلف بر اساس زمینه‌های فکری، دیدگاه‌ها و رویکردهای مختلف در رشته‌های گوناگون علوم اجتماعی به این قضیه پرداخته‌اند. ساختارهای اجتماعی و فرهنگی می‌توانند در بهبود شرایط و زمینه‌های خلق فعالیت‌های کارآفرینان مؤثر باشد. شناخت این ساختارها و تطابق آن با وضع موجود می‌تواند به شناسایی موانع موجود در سر راه کارآفرینان کمک کند؛ می‌توان نتیجه گرفت که فرهنگ ملی ممکن است در سطح کارآفرینی بر هر دو طرف عرضه و تقاضا تأثیرگذار باشد. در طرف عرضه ترجیحات شخصی برای خوداشتغالی به‌احتمال‌زیاد در فرهنگ عمومی است. چون معمولاً اشخاص به‌وسیله نگرش غالب به سمت کارآفرینی شکل می‌پذیرند (Audretsech et al., 2002: 68). می‌دانیم که کشاورزی تنها با بذر و خاک و آب در ارتباط نیست؛ بلکه با مردمی که با این منابع سروکار دارند، نیز مربوط می‌باشد. وجود روحیه خلاقیت و نوآوری که از شاخصه‌ای کارآفرینی می‌باشند، در میزان توسعه و پیشرفت و بهره‌وری مشاغل کشاورزی تأثیر به سزایی دارد. با یک نگاه اجمالی به مناطق مختلف، تنوع و گوناگونی زیادی در روش‌ها و الگوهای کشت و بکار گیری روش‌های نوین آبیاری را مشاهده می‌نماییم. مشاهده این گوناگونی‌ها و تنوع و تمایز بخش مدرن و توسعه‌یافته در کنار بخش سنتی که اصرار بر به‌کارگیری روش‌ها و ابزار سنتی و همچنین الگوهای کشت سنتی دارد این سؤال را به ذهن متبادر می‌سازد که به‌راستی چه عواملی در این تنوع نقش بازی می‌کنند؟ چه عواملی در عدم توسعه کارآفرینی کشاورزی مؤثر می‌باشد؟ آیا این عدم توسعه صرفاً جنبه فنی و تکنیکی و اقتصادی دارد؟ آیا این تنوع ناشی از عوامل مادی و طبیعی است؟ آیا عوامل اجتماعی و فرهنگی نیز در این تمایزات نقش بازی می‌کنند؟ اگر جواب مثبت است کدام دسته از عوامل اجتماعی و فرهنگی در این امر نقش دارند؟ و تأثیر هرکدام از آن‌ها به چه صوت و به چه میزان می‌باشد؟ فرهنگ غالب بر یک محیط خلاق دارای چه باورها و ارزش‌هایی می‌باشد؟ کدام ارزش‌ها و هنجارها توسعه کارآفرینی را در جامعه روستایی تقویت می‌نماید؟ و چگونه فرهنگ کارآفرینی در جامعه روستایی نهادینه می‌گردد؟ این‌ها مسائلی هستند که در حوزه کشاورزی وجود دارند و پاسخ به این سؤالات می‌تواند گامی در جهت توسعه و پیشرفت بخش کشاورزی باشد.

پیشینه و مبانی نظری تحقیق

در یک تقسیم‌بندی کلی دودسته از عوامل مؤثر بر کارآفرینی از یکدیگر قابل‌تفکیک می‌باشند. ۱- عوامل فردی و ۲- عوامل اجتماعی. در مهروموم‌های اخیر ساختار شبکه به‌صورت فزاینده‌ای به‌وسیله پژوهشگرانی که به مطالعه فرایند کارآفرینی پرداخته‌اند، بکار برده شده است. استفاده از ساختار شبکه شخصی در تحقیقات کارآفرینی با این آگاهی به وجود آمد که رویکرد سنتی در مطالعه کارآفرینی نمی‌تواند زمینه اجتماعی را در برگیرد. مالر (۲۰۰۱) به نقل از داد و دیگران و گیلمور و کارسون (۱۹۹۹) تعریفی از شبکه ارائه نموده‌اند که از مفهوم‌سازی‌های پیشین گرفته‌شده است و خاص زمینه‌های کارآفرینی است. آن‌ها شبکه را بدین‌صورت تعریف می‌کنند: مجموعه‌ای از افراد که ممکن است برای یکدیگر شناخته‌شده و یا ناشناس باشند و از طریق برخی روش‌ها کمک‌هایی را به کارآفرینان عرضه می‌دارند. (همان منبع به نقل از آلدریچ و زیمر ۱۹۸۶). گرانووتر (۱۹۸۹) برای اولین بار مفهوم شدت روابط را برای توصیف ساختار شبکه‌ی اجتماعی به کاربرد. گرانووتر می‌گوید که آشنایان گاه‌گاهی بیشتر

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-22]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1399.8.31.9.4]
[DOI: 10.29252/hafthesar.8.31.9]

احتمال دارد که اطلاعات منحصربه‌فردی را ارائه نمایند تا دوستان و آشنایان نزدیک. بدین دلیل اکثر مردم ارتباطات ضعیف‌تری دارند. آزمایش این فرضیه در یک بررسی به هیلز و دیگران اجازه داد که ادعا کنند که کارآفرینانی که به‌صورت شبکه‌ای رشد کرده‌اند، نسبت به کارآفرینان انفرادی به‌طور قابل‌ملاحظه‌ای فرصت‌های بیشتری را شناسایی می‌نمایند. بودرل (۱۹۹۶) می‌گوید ما باید با این دید شروع کنیم که دو رویکرد شبکه‌ای بسیار متفاوت نسبت به کارآفرینی وجود دارد. رویکرد دوم بر پایه شبکه سازمانی کسب‌وکار که در اصل مجموعه روابطی است که شرکت‌های جدید در آن قرار می‌گیرند؛ بنابراین کارآفرینانی که می‌توانند به شبکه اجتماعی وسیع و متنوعی مراجعه کنند و آن‌کسانی که حمایت‌های زیادی از شبکه خود دریافت می‌کنند، موفقیت بیشتری دارند (Budrel and et al.1996). جانسن[1] و هارلد (۲۰۰۲) در مقاله‌ای با عنوان تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر دسترسی به منابع و کسب‌وکارهای نوپا به بررسی تأثیر پیوندهای اجتماعی بر موفقیت کارآفرینان در جذب منابع پرداخته‌اند. محققین در این پژوهش این سؤال را مطرح نمودند که چگونه شدت و قوت این پیوندها بر منابع تأثیر می‌گذارد. نتایج حاصله از بررسی جانسن و همکارانش حاکی از این بود که پیوندهای اجتماعی ضعیف در برابر پیوندهای قوی تأثیر بیشتری در دسترسی به منابع برای کارآفرینان فراهم می‌نماید. فوکویاما (۱۹۹۷) معتقد است که قبل از ورود به هر سیستم تجاری یا اجتماعی باید اطلاعات کافی درباره شبکه‌های اعتماد موجود در آن سیستم و ویژگی‌های آن به دستاورد؛ زیرا اعتماد را پایه هرگونه مبادلات اقتصادی و اجتماعی می‌داند. پاتنام[2] در بررسی عناصر سرمایه اجتماعی، مشارکت‌های مدنی را از اشکال ضروری به شمار می‌آورد و معتقد است که هرچه این شبکه‌ها در جامعه‌ای متراکم باشند، احتمال همکاری شهروندان در جهت منافع متقابل بیشتر است و باعث می‌گردد که هزینه‌های بالقوه عهدشکنی در هر معامله‌ای افزایش یابد، هنجارهای قوی معامله متقابل را تقویت کند. ارتباط را تسهیل و جریان اطلاعات را در مورد قابل‌اعتماد بودن افراد بهبود بخشد (پاتنام،۱۳۸۰:۲۸۵).

کارآفرینی کشاورزی: کارآفرینی در کشاورزی به معنای نوآوری و یا ایجاد یک حرفه تازه در یکی از زیر بخش‌های کشاورزی است (عابدی، ۱۳۸۱: ۳۵). ازجمله عواملی که می‌تواند بر رفتار و تصمیمات کارآفرینانه افراد تأثیرگذار باشد، محیط نهادی است .محیط نهادی را می‌توان خط‌مشی‌ها، استانداردها و مقررات بنیادی اجتماعی، سیاسی و قانونی تعریف کرد که دامنه وسیعی از رفتارها و اقدامات فردی و سازمانی ازجمله کارآفرینی را تسهیل یا محدود می‌کنند. همانطورکه ولتر و اسمالبون (۲۰۱۱) بیان می‌کنند، به‌منظور شناخت فرایند و رفتار کارآفرینی باید نقش محیط نهادی را در مطالعات خود لحاظ کنیم، زیرا این محیط بر نگرش و رفتار کارآفرینی، ماهیت و میزان فرصت‌های کسب‌وکار و منابعی که می‌توان برای بهره‌برداری از این فرصت‌ها به کار گرفت، تأثیرگذار است (کریمی،۱۳۹۴).

بعد تنظیم‌کننده مقررات نهادی شامل قوانین و مقررات و سیاست‌های حکومت و حمایت‌ها برای کسب‌وکارهای جدید و تسهیلات برای به دست آوردن منابع توسط کارآفرینان می‌باشد. شرکت‌ها می‌توانند منابع موجود را از طریق برنامه‌های حمایتی حکومت به دست بیاورند و از امتیازات سیاست‌های حکومتی لذت ببرند. برای مثال ایالات‌متحده خدمات مشاوره‌ای و کمک‌هایی را برای آن‌هایی که مشاغل جدیدی را شروع می‌کنند مهیا می‌سازد و برای توسعه تکنولوژی‌های جدید در شرکت‌های کوچک کمک‌هایی را عرضه می‌نماید (باسنیتز و سایرین، ۲۰۰۰). نقش میانجی عوامل محیطی در تأثیرگذاری بر ویژگی‌های کارآفرینانه افراد در مطالعه راشد (۲۰۰۰) نیز مورد تائید قرارگرفته در این بررسی افرادی که آموزش‌های کارآفرینی را فراگرفته بودند، به‌مراتب نمرات بیشتری در شاخص‌هایی از قبیل خلاقیت و عزت‌نفس و کانون کنترل درونی و همچنین انگیزه پیشرفت اخذ نموده بودند (Rasheed, 2000). نورث[3] اعتقاد دارد که اگر چارچوب نهادی برای دزدی و فعالیت‌های خلاف پاداش دهد در این صورت سازمان‌ها در جهت خلافکاری و دزدی سازمان می‌یابند و اگر چارچوب نهادی به فعالیت‌های تولیدی پاداش دهد در این صورت سازمان‌هایی پدید می‌آیند که فعالیت‌های مولد و تولیدی را ترویج می‌کنند (نورث،۱۹۹۴: ۳۶۱). از دیدگاه نورث عامل تغییر کارآفرین است که به محرکه‌ای جاافتاده در چارچوب نهادی واکنش نشان می‌دهد (نورث، ۱۳۸۵: ۱۳۵-۶). در داخل کشور بحرینی و ملک الساداتی ۴ مؤلفه را در ارتباط با محیط نهادی موردبررسی قرار داده‌اند: ۱- سیاست‌ها و قوانین و مقررات ۲- امنیت و حقوق مالکیت ۳- ثبات سیاسی و دولت و ۴- خدمات عمومی و زیرساخت‌ها. عوامل فوق به‌عنوان اجزا و عناصر محیط نهادی تأثیرات زیادی بر سرمایه‌گذاری‌های نوپا و وضعیت کارآفرینان دارد. قوانین و مقررات جاری، اعم از قانون اساسی، قوانین عادی، آیین‌نامه‌ها و ... و سیاست‌های حاکم بر تدوین و اجرای آن‌ها، از مؤلفه‌های اصلی شکل‌دهندهٔ محیط نهادی کسب‌وکار در هر کشور به شمار می‌روند. قابل پیش‌بینی بودن تغییرات در سیاست‌ها و قوانین، با ایجاد نوعی آرامش خاطر برای کارگزاران اقتصادی، این احساس را در آنان تقویت می‌کند که در محیطی «امن» و «پیش‌بینی پذیر» قرار دارند (حسین‌زاده بحرینی و دیگران، ۱۳۹۰).

1 JENSSEN and HAROLD F
2 Putnam
3 North

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-22]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1399.8.31.9.4]
[DOI: 10.29252/hafthesar.8.31.9]

اهداف تحقیق

هدف کلی تحقیق: بررسی نقش و تأثیر عوامل اجتماعی و نهادی بر توسعه کارآفرینی کشاورزی؛

اهداف جزئی: اهداف جزئی این پژوهش شامل موارد ذیل می‌باشد:

- بررسی تأثیر اعتماد اجتماعی بر توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی؛
- بررسی تأثیر مشارکت اجتماعی بر توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی؛
- بررسی تأثیر پیوندهای اجتماعی بر توسعه کارآفرینی کشاورزی؛
- بررسی تأثیر حمایت‌های اجتماعی بر توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی؛
- بررسی نقش و تأثیر کیفیت قوانین و حقوق مالکیت بر توسعه کارآفرینی کشاورزی؛
- بررسی نقش و تأثیر ثبات سیاسی و دولت بر توسعه کارآفرینی کشاورزی؛
- بررسی نقش و تأثیر کیفیت خدمات عمومی و زیرساخت‌ها بر مالکیت بر توسعه کارآفرینی کشاورزی؛

روش تحقیق

روش مورداستفاده در این تحقیق روش پیمایش است که متداول‌ترین روش در تحقیقات کمی است. ابزار گردآوری داده‌ها و اطلاعات در این تحقیق پرسشنامه ساختمند می‌باشد. جهت تعیین اعتبار ابزار اندازه‌گیری و چارچوب تئوریک پرسشنامه از مدل تحلیل عاملی با استفاده از نرم‌افزار ایموس گرافیک و همچنین جهت بررسی و تحلیل اعتبار سازه متغیرهای تحقیق از مدل معادله ساختاری استفاده‌شده است؛ همچنین برای بررسی پایایی پرسشنامه از روش بررسی سازگاری درونی گویه‌ها با کمک فرمول ضریب آلفای کرونباخ استفاده‌شده است.

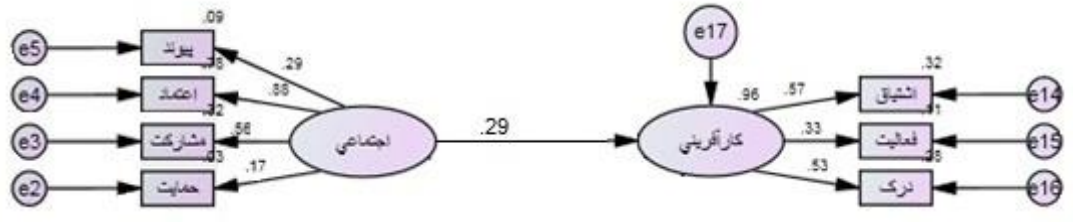
در این پژوهش برای یافتن همبستگی بین متغیر مستقل (متغیرهای اجتماعی و نهادی) با متغیر وابسته توسعه کارآفرینی کشاورزی از آزمون همبستگی پیرسون و برای بررسی میزان تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته از آزمون رگرسیون خطی ساده و چند متغیره بهره گرفته‌شده است. بر مبنای نظریات گرانووتر، فوکویاما و پوتنام ۴ متغیر در زمینه اجتماعی به‌عنوان متغیرهای مستقل و همچنین با استفاده از نظریات نورث و تحقیقات داخلی و خارجی در زمینه محیط نهادی سه متغیر به‌عنوان متغیرهای مستقل تحقیق در نظر گرفته‌شده و با استفاده از تکنیک‌های آماری رابطه این متغیرها با متغیر مستقل موردبررسی قرارگرفته است. با توجه به اینکه زمینه‌های اجتماعی و محیط نهادی به‌عنوان متغیر مستقل یک متغیر پنهان می‌باشد، سعی شده با استفاده از متغیرهای قابل‌مشاهده موردسنجش قرار گیرد. این متغیرهای قابل‌سنجش در زمینه اجتماعی عبارت بودند از ۱- اعتماد اجتماعی ۲- مشارکت اجتماعی ۳- پیوندهای اجتماعی و ۴- حمایت‌های اجتماعی و در زمینه نهادی ۱-امنیت حقوق مالکیت ۲- ثبات سیاسی و دولت و ۳- خدمات عمومی و زیرساخت‌ها. هر یک از متغیرهای فوق از طریق سؤالاتی در پرسشنامه موردسنجش قرارگرفته و اعتبار سازه‌ای آن از طریق مدل اندازه‌گیری تحلیل عاملی و با استفاده از نرم‌افزار ایموس موردسنجش قرارگرفته است. جامعه آماری تحقیق تعداد ۱۳۲۳ نفر از افرادی است که در ۵ سال گذشته جهت انجام فعالیت در بخش کشاورزی از سازمان‌های دولتی مجوز اخذ نموده و کسب‌وکار جدیدی را ایجاد نموده‌اند که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی به روش سیستماتیک تعداد ۲۹۸ نفر انتخاب و به‌صورت میدانی موردمطالعه قرارگرفته‌اند. پرسشنامه‌های تکمیل‌شده با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و AMOS پردازش‌شده است. به‌طورکلی دو تعریف از کارآفرینی وجود دارد تعریف عام و تعریف خاص آن؛ تعریف عام کارآفرینی عبارت است از ایجاد کسب‌وکار جدید که با خطرپذیری و عدم قطعیت همراه است؛ اما تعریف خاص کارآفرینی شامل فرایند کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت و حداکثر سازی ارزش ناشی از آن است. کارآفرینی تمایل به کار گروهی، خطرپذیری، ایجاد، هدایت، اجرا، پیگیری ایده نوآوری به‌منظور حداکثرسازی ارزش حاصل از فرصت بدون توجه به محدودیت مدل‌ها، ساختار یا منابع موجود است. در این تحقیق کارآفرینی را بر اساس دیدگاه عام و منطبق با تعریف دیده‌بان جهانی کارآفرینی در نظر گرفته‌شده است. دیده‌بان جهانی کارآفرینی، کارآفرینی را به‌عنوان هر تلاشی توسط افراد برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای کمتر از ۱۰۰ نفر کارمند و شامل هر تلاشی برای خوداشتغالی، تعریف می‌کند (فقیه، ۱۳۸۸). در مدل نظری تحقیق متغیر وابسته یعنی توسعه کارآفرینی کشاورزی یک متغیر پنهان می‌باشد که توسط سه شاخص به شرح ذیل موردسنجش قرار می‌گیرد:

اشتیاق کارآفرینانه: اشتیاق کارآفرینانه در ارتباط با فعالیت‌های کارآفرینان پس از راه‌اندازی کسب‌وکار جدید است (مدرسی عالم و دیگران، ۱۳۹۳).

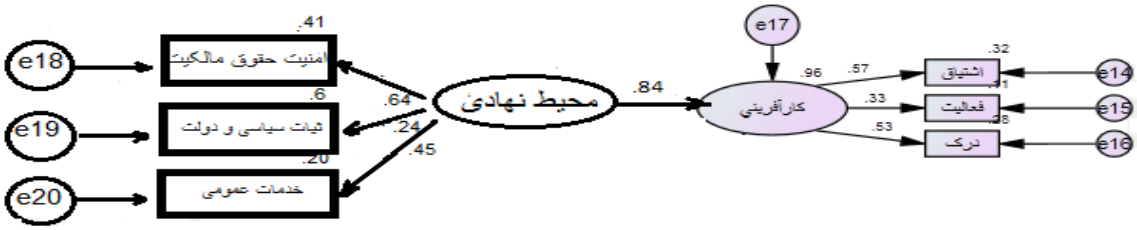
فعالیت‌های کارآفرینانه: این محور شامل انواع فعالیت‌های مربوط به راه‌اندازی و یا مدیریت کسب‌وکار و باسابقه است.

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-22]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1399.8.31.9.4]
[DOI: 10.29252/hafthesar.8.31.9]

گرایش‌ها و ادراکات کارآفرینانه: که بیانگر دیدگاه عموم مردم در خصوص کارآفرینی و کارآفرینـان و درک فرصـت‌هـا و قابلیـت‌هـای کارآفرینانه است.



تصویر ۱- نمودار مدل معادله ساختاری متغیر مستقل زمینه اجتماعی و توسعه کارآفرینی کشاورزی



تصویر ۲- نمودار مدل معادله ساختاری متغیر مستقل زمینه نهادی و توسعه کارآفرینی کشاورزی

جدول۱- نتایج به‌دست‌آمده از خروجی نرم‌افزار Amos

DF	P	Chi-square	AGFI	RMSEA	IFI	NFI	TLI	DF/CMIN
۷۴	۰/۰۰۰	۷۴۰/۰۵۶	۰/۹۰۸	۰/۰۷۷	۰/۹۱۸	۰/۹۰۹	۰/۹۱۴	۴/۵۲۴

در بخش اندازه‌گیری همچنان که از مدل برمی‌آید، بیشتر معرف‌های متغیرهای مکنون به‌طور نسـبتاً مناسـب روی آن‌هـا بارشـده‌انـد. بخـش ساختاری مدل نیز حاکی از آن است که متغیر زمینه اجتماعی میزان (۰/۲۹) و متغیر محـیط نهـادی بـه میـزان ۸۴/. درصـد واریـانس توسـعه کارآفرینی را تبیین کرده‌اند.

شاخص‌های مدل، آزمون نیکویی برازش ساختار نظری مطرح‌شده با داده‌های مشاهده‌شده و اعتبار سازه‌ای وسـیلهٔ انـدازه‌گیـری موردبحـث را نشان می‌دهد. کلیه شاخص‌های تطبیقی مدل نیز مقادیر بالاتر از ۰/۹۰ را نشان می‌دهند که به معنای توان مدل از فاصله گرفتن از یک مـدل استقلال و نزدیک شدن به یک مدل اشباع‌شده برم بنای معیارهای تعریـف‌شـده بـرای آن‌هـا اسـت. ازآنجاکـه معیارهـای AGFI=۰/۹۰۸، TLI=۰/۹۱۴ و IFI=۰/۹۱۸ نزدیک به یک می‌باشند، حاکی از برازش زیاد مدل و معیـار RMSEA=۰/۰۷۷، حـاکی از عملکـرد ضـعیف باقیمانده‌ها در مدل است. در جدول ۲ نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرهای مستقل اجتماعی و محیط نهادی با متغیر وابسـته توسعه کارآفرینی کشاورزی به‌تفصیل شرح داده‌شده است.

جدول ۲- نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون متغیرهای تحقیق

متغیر ۱	متغیر ۲	مقدار ضریب همبستگی پیرسون	سطح معنی‌داری
اعتماد اجتماعی	توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی	۰/۳۸۷	۰/۰۰۰
مشارکت اجتماعی	توسعه کارآفرینی کشاورزی	۰/۳۳۴	۰/۰۰۰
پیوندهای اجتماعی	توسعه کارآفرینی کشاورزی	۰/۱۴۶	۰/۰۰۰
حمایت‌های اجتماعی	توسعه کارآفرینی کشاورزی	۰/۴۳۳	۰/۰۰۰
کیفیت قوانین و حقوق مالکیت	توسعه کارآفرینی کشاورزی	۰/۴۴۸	۰/۰۰۰
ثبات سیاسی و دولت	توسعه کارآفرینی کشاورزی	۰/۴۵۰	۰/۰۰۰
خدمات عمومی و زیرساخت	توسعه کارآفرینی کشاورزی	۰/۲۵۷	۰/۰۰۰

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-22]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1399.8.31.9.4]
[DOI: 10.29252/hafthesar.8.31.9]

با توجه به جدول۲ مشاهده می‌شود، سطح معنی‌داری آزمون‌ها ۰/۰۰۰ کمتر از ۰/۰۵ است؛ بنابراین فرض صفر رد شده و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت رابطه معنی‌داری بین متغیرهای ستون ۱(مؤلفه‌های اجتماعی) و (مؤلفه‌های محیط نهادی) و متغیر ستون ۲ جدول (توسعه کارآفرینی کشاورزی) وجود دارد علائم ضریب همبستگی بین متغیرهای اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی، پیوندهای اجتماعی و حمایت‌های اجتماعی، کیفیت قوانین و حقوق مالکیت، ثبات سیاسی دولت و خدمات عمومی و زیرساخت‌ها مثبت و می‌توان گفت رابطه مستقیم و مثبت بین دو متغیر برقرار است، یعنی با افزایش یکی دیگری نیز افزایش می‌یابد.

همچنین برای پیش‌بینی میزان تأثیر متغیرهای اجتماعی و نهادی بر متغیر وابسته توسعه کارآفرینی کشاورزی از آزمون رگرسیون دومتغیره بهره گرفته‌شده است. نتایج آزمون رگرسیون در جدول ذیل آمده است. مقادیر p<(…/.) نشان می‌دهد که رابطه بین متغیرهای اجماعی و نهادی و متغیر وابسته توسعه کارآفرینی کشاورزی در سطح ۹۹ درصد معنادار است. همچنین مقادیر R^2 حاکی از این است متغیر اعتماد اجتماعی ۱۵ درصد، مشارکت اجتماعی ۱۱ درصد، پیوند اجتماعی ۱۹ درصد و حمایت اجتماعی ۱۹ درصد واریانس متغیر وابسته توسعه کارآفرینی کشاورزی را تبیین می‌کند. همچنین ضرایب بتا در جدول به معنای آن است که به ازای یک واحد انحراف در متغیر مردسالاری ۳۹ صدم واحد تغییر در متغیر وابسته ایجاد می‌گردد. این ضرایب برای متغیرهای فردگرایی، ضریب تحمل ابهام و فاصله قدرت به ترتیب ۳۳، ۱۵ و ۴۳ صدم واحد است.

جدول ۴- نتایج تحلیل رگرسیون تک متغیره

متغیرهای مستقل	متغیر وابسته	R	$R^{2.adg}$	B	Beta	F	Sig	T	Sig
اعتماد اجتماعی	توسعه کارآفرینی کشاورزی	۰/۳۸۷	۰/۱۴۸	۰/۳۳۴	۰/۳۸۷	۶۷/۳۰۵	۰/۰۰۰	۸/۲۰۴	۰/۰۰۰
مشارکت اجتماعی	توسعه کارآفرینی کشاورزی	۰/۳۳۴	۰/۱۰۹	۰/۶۹۴	۰/۳۳۴	۴۷/۹۶۸	۰/۰۰۰	۶/۹۲۶	۰۰۰
پیوندهای اجتماعی	توسعه کارآفرینی کشاورزی	۰/۱۴۶	۰/۰۱۹	۰/۳۳۳	۰/۱۴۶	۸/۲۹۶	۰/۰۰۴	۲/۸۸۰	۰/۰۰۴
حمایت‌های اجتماعی	توسعه کارآفرینی کشاورزی	۰/۴۳۳	۰/۱۸۷	۱/۲۳۲	۰/۴۳۳	۸۸/۰۶۱	۰/۰۰۰	۹/۳۸۴	۰/۰۰۰
کیفیت قوانین و حقوق مالکیت	توسعه کارآفرینی کشاورزی	۰/۴۴۸	۰/۱۹۹	۱/۶۴۱	۰/۴۴۸	۹۵/۸۷۸	۰/۰۰۰	۹/۷۹۲	۰/۰۰۰
ثبات سیاسی و دولت	توسعه کارآفرینی کشاورزی	۰/۴۵۰	۰/۲۰۰	۱/۴۰۶	۰/۴۵۰	۹۶/۹۵۳	۰/۰۰۰	۹/۸۴۶	۰/۰۰۰
کیفیت خدمات عمومی	توسعه کارآفرینی کشاورزی	۰/۲۵۷	۰/۰۶۴	۱/۵۹۷	۰/۲۵۷	۲۷/۰۰۷	۰/۰۰۰	۵/۱۹۷	۰/۰۰۰

جهت بررسی دقیق‌تر موضوع ابعاد متغیرهای اجتماعی و نهادی به‌صورت جداگانه در یک مدل رگرسیونی چند متغیره موردبررسی قرارگرفته و میزان تأثیرات این متغیرها بر تغییرات توسعه کشاورزی موردبررسی قرارگرفته است. نتایج آزمون به شرح ذیل است:

بررسی تأثیر ابعاد متغیر مستقل عوامل اجتماعی بر متغیر وابسته کارآفرینی کشاورزی با کمک رگرسیون چند متغیره

جدول۵- خلاصه مدل

ضریب تعیین R Square	ضریب همبستگی R
۰/۲۹۳	۰/۵۴۱

با توجه به جدول ۵ مقدار ضریب همبستگی چندگانه مدل رگرسیونی برابر ۰/۵۴۱ است. مقدار ضریب تعیین برابر ۰/۲۹۳ است یعنی ۰/۲۹۳ از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل تبیین می‌شود.

با توجه به جدول فوق مشاهده می‌شود سطح معنی‌داری چهار بعد متغیر مستقل عوامل اجتماعی کمتر از ۰/۰۵ است بنابراین وارد مدل رگرسیونی می‌شوند. نتایج جدول نشان می‌دهد با افزایش یک انحراف استاندارد در نمره به اعتماد اجتماعی، نمره توسعه کارآفرینی کشاورزی ۲۰۷/. انحراف استاندارد افزایش خواهد یافت. همچنین با افزایش یک انحراف استاندارد در نمره مشارکت اجتماعی، نمره توسعه کارآفرینی کشاورزی ۰/۱۷۰ انحراف استاندارد بالاتر خواهد رفت و در صورت افزایش انحراف استاندارد در نمره پیوند اجتماعی، نمره کارآفرینی کشاورزی ۰/۱۵۰ انحراف استاندارد بالاتر و نهایتاً در صورت افزایش انحراف استاندارد در نمره، نمره کارآفرینی کشاورزی ۱۷۰/. انحراف استاندارد بالاتر خواهد رفت.

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-22]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1399.8.31.9.4]
[DOI: 10.29252/hafthesar.8.31.9]

جدول ۶- ضریب رگرسیون

	ضریب بتا	ضریب بتای استانداردشده	سطح معنی‌داری
مقدار ثابت	۴۵/۴۷۹		۰/۰۰۰
اعتماد اجتماعی	۰/۱۷۸	۰/۲۰۷	۰/۰۰۰
مشارکت اجتماعی	۰/۳۵۳	۰/۱۷۰	۰/۰۰۰
پیوندهای اجتماعی	۰/۳۴۲	۰/۱۵۰	۰/۰۰۵
حمایت‌های اجتماعی	۱/۱۷۰	۰/۴۱۱	۰/۰۰۰

بررسی تأثیر ابعاد متغیر مستقل محیط نهادی بر متغیر وابسته با کمک رگرسیون چند متغیره

جدول ۷- خلاصه مدل

ضریب تعیین R Square	ضریب همبستگی R
۰/۲۸۲	۰/۵۳۱

با توجه به جدول (۴ـ۲۵) مقدار ضریب همبستگی چندگانه مدل رگرسیونی برابر ۰/۳۱۶۶ است. مقدار ضریب تعیین برابر ۰/۲۸۲ است یعنی ۰/۲۸/۲ از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل تبیین می‌شود.

جدول ۸- ضریب رگرسیون

	ضریب بتا	ضریب بتای استانداردشده	سطح معنی‌داری
مقدار ثابت	۲۵۰/۳۹		۰۰۰/۰
کیفیت قوانین و مقررات	۵۶۳/۰	۱۵۴/۰	۰۲۸/۰
کیفیت خدمات عمومی	۰۱۰/۱	۱۶۳/۰	۰۰۰/۰
ثبات سیاسی و دولت	۷۶۶/۰	۲۴۵/۰	۰۰۰/۰

با توجه به جدول فوق مشاهده می‌شود سطح معنی‌داری هر سه بعد متغیر مستقل زمینه نهادی کمتر از ۰/۰۵ است بنابراین وارد مدل رگرسیونی می‌شوند. نتایج جدول نشان می‌دهد با افزایش یک انحراف استاندارد در نمره نگرش به کیفیت قوانین و مقررات، نمره توسعه کارآفرینی کشاورزی ۰/۱۵ انحراف استاندارد افزایش خواهد یافت. همچنین با افزایش یک انحراف استاندارد در نمره نگرش به کیفیت خدمات عمومی، نمره توسعه کارآفرینی کشاورزی ۰/۱۶ انحراف استاندارد بالاتر خواهد رفت و در صورت افزایش انحراف استاندارد در نمره ثبات سیاسی و دولت، نمره کارآفرینی کشاورزی ۰/۲۵ انحراف استاندارد بالاتر خواهد رفت.

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش باهدف بررسی جامعه‌شناختی عوامل اجتماعی و محیط نهادی مؤثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی در شهرستان فسا به انجام رسیده است. با استفاده از نظریات فرانسیس فوکویاما، رابرت پوتنام، مارک گرانووتر و همچنین نظریات داگلاس نورث ۷ متغیر محیط نهادی و اجتماعی در ارتباط با توسعه کارآفرینی کشاورزی موردبررسی و آزمون قرار گرفت. نتایج آزمون‌های آماری نشان داد که بین اعتماد اجتماعی و توسعه کارآفرینی کشاورزی ارتباط معنادار و مثبت وجود دارد. بدین معنی که با افزایش اعتماد اجتماعی در جامعه توسعه کارآفرینی کشاورزی در جهت مثبت عمل می‌کند. واقعیت این است که هرچقدر شخص کارآفرین نسبت به عملکرد نهادها و سازمان‌ها و اشخاص اعتماد بیشتری داشته باشد احساس امنیت بیشتری دارد و این عامل می‌تواند در ترغیب و تشویق وی برای شروع یک کسب‌وکار کارآفرینانه نقش بارزی داشته باشد. از طرف دیگر اعتماد اجتماعی می‌تواند به‌نوعی بیانگر وضعیت موجود جامعه در ابعاد مختلف اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی باشد. نتایج حاصل از تحقیق همچنین ارتباط مثبت و معنادار بین دو متغیر مشارکت اجتماعی و توسعه کارآفرینی کشاورزی را به اثبات می‌رساند. مشارکت به دو صورت رسمی (عضویت در نهادها و سازمان‌ها و سازمان‌های مردم‌نهاد) و همچنین غیررسمی (به‌صورت فعالیت‌های داوطلبانه) به‌ویژه در محیط‌های روستایی که به لحاظ امکانات و خدمات عمومی در سطح پایین‌تری نسبت به محیط‌های شهری است، در پیشبرد

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-22]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1399.8.31.9.4]
[DOI: 10.29252/hafthesar.8.31.9]

طرح‌های کارآفرینی مؤثر می‌باشند. متغیر دیگری که در زمینه اجتماعی موردبررسی و آزمون قرار گرفت. متغیر پیوندهای اجتماعی بود که نتایج تحلیل آماری حاکی از ارتباط معنادار و مثبت این متغیر با متغیر وابسته تحقیق یعنی توسعه کارآفرینی کشاورزی می‌باشد. پژوهشگران معتقدند اطلاعات و ارتباطات ابزار مهمی است که از طریق شبکه‌ها می‌تواند برای کارآفرینان مهیا گردد. مارتینز[1] و دیگران (۲۰۰۴) شبکه‌های ارتباطی را به‌عنوان تأمین منابع و به‌ویژه منابع اطلاعاتی در نظر می‌گیرند. به لحاظ منطقی نیز این امر توجیه‌پذیر می‌باشد. ارتباطات افراد در شبکه‌های پیچیده روابط جمعی می‌تواند منابع و امکانات منحصربه‌فردی را برای آن‌ها فراهم نماید. بااهمیت‌ترین بخش این منابع اطلاعاتی است. در بخش زمینه‌های اجتماعی آخرین عاملی که موردبررسی قرار گرفت حمایت اجتماعی بود. نتایج آزمون‌های تحقیق حاکی از وجود رابطه معنی‌دار بین این متغیر و متغیر وابسته یعنی توسعه کارآفرینی کشاورزی می‌باشد. این حمایت‌ها شامل کمک‌ها و حمایت‌های مادی و معنوی است که طیفی از افراد شامل خویشان و نزدیکان تا دوستان و همکاران و همسایگان و همچنین سازمان‌ها و نهادها را در برمی‌گیرد. احساس حمایت اجتماعی باعث می‌گردد، ترس از شکست که یکی از موانع کارآفرینی در سر راه کارآفرینان می‌باشد را کاهش یابد و با اطمینان خاطر و اعتمادبه‌نفس بیشتری فعالیت خود را آغاز نماید. نتایج تحقیق آشکار ساخت مؤلفه‌های محیط نهادی تأثیر بسزایی در پیشرفت و توسعه کارآفرینی کشاورزی دارد. ثبات قوانین و جنبه حمایتی قوانین و ضمانت اجرایی آن‌ها می‌تواند در افزایش انگیزه کارآفرینان در سرمایه‌گذاری‌های جدید مؤثر باشد. در کشور ما قوانین و مقررات بسیاری در حوزه‌های مختلف در ارتباط با سرمایه‌گذاری و کسب‌وکار وجود دارد. لیکن آنچه اهمیت دارد کیفیت و ضمانت اجرایی قوانین می‌باشد. قوانینی که امنیت حقوق مالکیت و همچنین امنیت سرمایه‌گذاری را برای سرمایه‌گذاران و کارآفرینان تأمین نماید. نتایج حاصله بیانگر ارتباط مؤثر میان متغیر کیفیت قوانین و توسعه کارآفرینی کشاورزی می‌باشد. خدمات عمومی نیز به‌عنوان یک متغیر دیگر محیط نهادی می‌باشد که در پژوهش حاضر موردبررسی قرارگرفته است. نتایج تحقیق حاکی از وجود رابطه بین این متغیر و متغیر توسعه کارآفرینی کشاورزی می‌باشد. کارآفرینان برای شروع فعالیت کارآفرینانه خود نیازمند برخی خدمات عمومی و زیرساختی می‌باشند که فراهم نمودن آن از توان خودشان خارج می‌باشد. این عوامل در پیشبرد فعالیت کارآفرینانه آن‌ها مؤثر می‌باشند. در فعالیت‌های کارآفرینی کشاورزی که عمدتاً در مناطق روستایی صورت می‌گیرد به دلیل این مسئله اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. فقدان این عوامل می‌تواند به‌عنوان یک مانع جدی بر سر راه توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی باشد. و بالاخره آخرین متغیری که در بخش متغیرهای نهادی موردمطالعه قرارگرفته است، ثبات سیاسی می‌باشد. ثبات در دولت و برنامه‌های حمایتی، قابل پیش‌بینی بودن سیاست‌های دولت در حوزه کسب‌وکار ازجمله عوامل تأثیرگذار در این زمینه است. یافته‌های پژوهش ارتباط این متغیر با متغیر وابسته توسعه کارآفرینی کشاورزی را به اثبات می‌رساند. ثبات در برنامه‌ها و سیاست‌های دولت می‌تواند به امنیت خاطر سرمایه‌گذاران و کارآفرینان کمک نموده و میزان خطرپذیری آن را کاهش دهد.

پیشنهادهای تحقیق

پیشنهادهای پژوهشی: پیشنهاد می‌گردد پژوهشگران علاقه‌مند در این حوزه مسائل و مشکلات موجود در زمینه کارآفرینی را در سایر بخش‌های اقتصادی من‌جمله بخش‌های صنعتی و خدماتی را موردمطالعه قرار دهند. همچنین پیشنهاد می‌گردد موضوع کارآفرینی در سایر گروه‌های اجتماعی خاص از قبیل دانشجویان و فارغ‌التحصیلان وزنان و افراد مرتبط با کارآفرینی به‌ویژه در بخش دولتی مدنظر قرار گیرد. به نظر می‌رسد انجام مطالعات و پژوهش‌های مرتبط با موضوع کارآفرینانه با استفاده از روش کیفی نیز نتایج مطلوبی به همراه خواهد داشت.

پیشنهادهای کاربردی:

در حوزه اجتماعی: ازجمله عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی ایجاد ارتباطات و پیوندهای اجتماعی بین افراد می‌باشد. توصیه می‌گردد دولت با استفاده از تکنولوژی و ابزارهای نوین ارتباطی ایجاد شبکه‌های اجتماعی کارآفرینان در روستاها را به‌منظور تبادل‌نظر و انتقال اطلاعات در دستور کار قرار دهد.

- به‌منظور استفاده از ظرفیت‌های بالقوه در بین ساکنان روستاها پیشنهاد می‌گردد، دولت طرح‌های ویژه‌ای را به‌منظور جلب مشارکت افراد در پروژه‌های کارآفرینی به اجرا درآورد. تشکیل انجمن‌ها و گروه‌های مردم‌نهاد به‌عنوان حلقه ارتباطی بین بخش دولتی و مردم توصیه می‌گردد.

در حوزه نهادگرایی: ایجاد زمینه برای تأسیس مراکز مشاوره کارآفرینی جهت ارائه خدمات مشاوره‌ای در بخش کشاورزی

- تأسیس شهرک‌های صنعتی روستایی مجاور مناطق روستایی به‌منظور فراهم نمودن امکانات و زیرساخت‌های لازم جهت تأسیس فعالیت‌های نوآورانه؛
- وضع و اصلاح قوانین و دستورالعمل‌های مرتبط با کسب‌وکار باهدف تسهیل و روان‌سازی فعالیت‌های کارآفرینانه؛

1 Martins. S. and et al.

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-22]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1399.8.31.9.4]
[DOI: 10.29252/hafthesar.8.31.9]

فهرست منابع

- اتاق بازرگانی تهران. (۱۳۹۶). گزارش. روزنامه دنیای اقتصاد، شماره ۱۳۹۶/۵/۴۱۰۷،۱۰
- پاتنام، ر. (۱۳۸۰). دموکراسی. سنت‌های مدنی. ترجمه: محمدتقی دل‌فروز. تهران: انتشارات، روزنامه اسلام.
- حسین‌زاده بحرینی، م. ح.، و ملک الساداتی، س. (۱۳۹۰). موانع نهادی سرمایه‌گذاری و کسب‌وکار ایران. ماهنامه کار و جامعه، ۱۳۸.
- عابدی، ر. (۱۳۸۱). کاوش در کارآفرینی درون‌سازمانی. فصلنامه مطالعات مدیریت ۳۵،۳۶.
- فقیه، ن. (۱۳۸۸). کارآفرینی و دیده‌بان جهانی کارآفرینی در مصاحبه با نظام‌الدین فقیه عضو دیده‌بان جهانی کارآفرینی. ماهنامه خبری دانشگاه تهران، ۷۲.
- فوکویاما، ف. (۱۳۷۹). پایان نظم پایان سرمایه اجتماعی و حفظ آن. ترجمه: غلامعباس توسلی. تهران: انتشارات جامعه ایرانیان، چاپ اول.
- کریمی، س. (۱۳۹۴). بررسی آثار مستقیم و غیرمستقیم و تعدیلی محیط نهادی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی توسعه کارآفرینی، ۸.
- مدرسی عالم، ز.، داودی، آ. (۱۳۹۳). شاخص‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی و ارزیابی آن در ایران طی مهروموم‌های (۱۳۸۷-۹۱). فصلنامه سیاست‌های مالی و اقتصادی، ۲، ۸.
- Audretsech, D., Thurik, R., & Verheul, I. (2002). Entrepreneurship: Determinants and policy in A European-U-S. Comparison. Economics of Science, Technology and Innovation, 27.
- JENSSEN, J., and HAROLD F. K. (2002). The Effect of Social Networks on Resource Access and Business Start-ups; European Planning Studies, 10, 8.
- Martins. S. and et al.,. (2004). Barriers to entrepreneurship and business creation. European Entrepreneurship Cooperation. www.adrimag.
- Mueller, S. L. & Thomas, A. S. (2001). Culture and entrepreneurial potential: Annie country study of locus of control and innovativeness. Journal of Business Venturing, 16,1, 51-75.
- North, D. C. (1990). Institutions, institutional change and economic performance. Cambridge: Cambridge University Press. (1994). Economic Performance Through Time, The American Economic Review, 84, 3, 359-368.
- Putnam, R.D. (1993). The prosperous community: Social capital and economic growth. Current: 356, 4.
- Rasheed, H.S. (2000). Developing entrepreneurial potential in youth: The effect of entrepreneurial education and venture creation. Available at://WWW.proquest.umi.com

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-22]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1399.8.31.9.4]
[DOI: 10.29252/hafthesar.8.31.9]