

## عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی در شرکتهای خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی استان زنجان

محمود احمدپور داریانی<sup>۱</sup>، حسین نیک‌بین<sup>۲\*</sup> و آصف کریمی<sup>۳</sup>  
۱، ۲، استادیار، دانشجوی کارشناسی ارشد دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، ۳، دانشجوی دکتری دانشکده  
اقتصاد و توسعه کشاورزی دانشگاه تهران  
(تاریخ دریافت: ۹۰/۲/۱۱ - تاریخ تصویب: ۹۰/۷/۳)

### چکیده

هدف این تحقیق توصیفی-پیمایشی "تحلیل عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی در شرکتهای خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی استان زنجان" بود. جامعه آماری این تحقیق را اعضای شرکتهای خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی استان زنجان (N=۳۵۸) تشکیل دادند که با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۹۵ نفر از آنها به‌عنوان نمونه و با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای با انتساب متناسب، انتخاب شدند. روایی پرسشنامه توسط پانل متخصصان بررسی و تایید گردید و برای تعیین میزان پایایی بخش‌های مختلف پرسشنامه، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید (۰/۸۲ و ۰/۹۲). نتایج اولویت‌بندی عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی در شرکتهای خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی نشان داد که "حمایت دولت از شرکتهای خدمات مشاوره‌ای" و "برگزاری دوره‌های آموزشی در زمینه مهارت‌های کارآفرینی" به‌ترتیب در بالاترین اولویت‌ها قرار گرفتند. برای شناسایی عامل‌های موثر بر توسعه کارآفرینی در شرکتهای خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی از تحلیل عاملی اکتشافی و به منظور بررسی شاخص برازش نیکویی مدل تحقیق از تحلیل عاملی تأییدی و مدل معادلات ساختاری استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهند که عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی در شرکتهای خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی از شش عامل مجزای آموزشی، حمایتی، ارتباطی، مدیریتی، مهارت کسب و کار و سیاست‌گذاری تشکیل می‌شود.

**واژه‌های کلیدی:** توسعه، کارآفرینی، شرکتهای خدمات مشاوره‌ای، استان زنجان.

### مقدمه

توسعه‌یافته بخش کشاورزی به‌عنوان یک بخش بالنده موجب رشد و تعالی سایر بخش‌ها و به حرکت در آمدن کل اقتصاد گردیده است (Colman & Nixon, 1994). این در حالی است که این بخش همواره با چالش‌های بسیاری روبرو بوده است (Abotaleb, 2008). بخش

بخش کشاورزی یکی از مهمترین بخش‌های اقتصادی کشور به شمار می‌رود که درصد قابل توجهی از تولید ناخالص داخلی را به خود اختصاص داده است (Moradnezehadi, 2007). در بسیاری از کشورهای

و رهیافتی در نهادینه کردن نوآوری در سازمان‌ها است. در واقع، کارآفرینی شرکتی به‌عنوان دریچه‌ای به‌سوی بهره‌برداری از مزایای رقابتی ماندگار، نوآوری و پیشگامی برای سازمان‌ها اتلاق می‌گردد و سازمان‌های مختلف در بخش‌های گوناگون صنعتی و خدماتی، به شکلی فزاینده در پی استفاده از کارآفرینی به‌عنوان دریچه‌ای به سوی بهره‌برداری از این مزایا هستند (Kuratko et al., 2005).

امروزه در کشورهای مختلف توجه خاصی به کارآفرینی و کارآفرینان می‌شود (Archibong, 2004). کارآفرینی مفهومی عینی و عملی است که هم‌زمان با آغاز زندگی انسان بر روی زمین و تلاش برای کسب درآمد و تأمین مایحتاج زندگی پا به عرصه وجود گذاشته است. اما طرح این مقوله به‌عنوان یک مفهوم علمی سابقه چندانی ندارد. ریچارد کانتیلون<sup>۲</sup> در حدود سال‌های ۱۷۳۰ میلادی، برای اولین بار کارآفرین را به‌عنوان یکی از عوامل مطرح در توسعه فعالیت‌های اقتصادی مطرح کرد. پس از وی ژوزف شومپتر<sup>۳</sup> اقتصاددان برجسته اوایل قرن بیستم، کارآفرینی را به‌عنوان موتور محرکه رشد اقتصادی معرفی کرده و به بررسی جنبه‌های مختلف آن پرداخت (Colette et al., 2005).

از کارآفرینی تعاریف مختلفی به وسیله اندیشمندان مختلف ارائه شده است. Hisrich (1990) معتقد است کارآفرینی فرایند خلق چیزی ارزشمند و متفاوت از طریق اختصاص زمان و تلاش کافی همراه با ریسک مالی، روانی و اجتماعی، همچنین دریافت پاداش‌های مالی و رضایت شخص از نتایج حاصله است. به‌طور کلی کارآفرینی را می‌توان فرآیندی پویا نامید که به بهره‌گیری از نیرو و انگیزه افراد در جهت خلق و اجرای ایده‌های نو و همچنین راه‌حل‌های کاربردی نیاز دارد (Kuratko & Hodgetts, 2007). از بعد رفتاری نیز، فرآیند کارآفرینی به مجموعه‌ای از اقدامات اتلاق می‌گردد که به‌منظور شناسایی و ارزیابی فرصت‌ها، تعریف مفاهیم تجاری و کاری، شناسایی و جذب منابع ضروری و مورد نیاز و ... ضروری می‌باشند (Stevenson et al., 1999).

کشاورزی کشور به‌منظور حرکت در راستای تحقق رشد مستمر، مقابله با چالش‌ها و مشکلات، همسویی با روند جهانی شدن و همچنین دستیابی به توسعه پایدار در این بخش نیاز است تا با تمهیدات و تدابیر سیاسی و حمایتی مناسب، در راستای گسترش یک بخش کشاورزی تجاری و توانمند در بازارهای رقابتی گام بردارد (Moradnezehadi, 2007).

به‌منظور کاهش مشکلات گریبانگیر بخش کشاورزی و افزایش بهره‌وری در این بخش و در راستای واگذاری امور به بخش خصوصی و کوچک‌سازی دولت، از سال ۱۳۸۶، ایجاد و استقرار شبکه غیردولتی خدمات و مشاوره فنی و مهندسی کشاورزی در سطح کشور در عرصه‌های تولید به‌منظور ارائه خدمات ترویجی، آموزشی، فنی و اجرایی در راستای کاهش تصدی‌گری دولت، ارتقاء سطح کمی و کیفی تولیدات کشاورزی، ایجاد زمینه اشتغال دانش‌آموختگان دانشگاهی، بهره‌مندی هر چه بیشتر کشاورزان از علوم و فنون کشاورزی، ایجاد تحول در ترویج یافته‌های علمی و ارائه خدمات متناسب با نیاز کشاورزان، افزایش پوشش خدمات ترویج کشاورزی برای تولیدکنندگان و بهره‌برداران، افزایش توان پاسخگویی دولت به بهره‌برداران و تولیدکنندگان بخش کشاورزی و غیره به اجرا گذاشته شد. این شرکت‌ها، به‌عنوان یک نظام حقوقی مستقل عمل می‌کند و شامل مجموعه ارگانیک از عناصر انسانی و فیزیکی و امکانات ارتباطی است که ساختاری را برای انتقال دانش فنی و تبادل اطلاعات دو سویه بین کشاورزان و ارائه خدمات نهاده‌ای، مشاوره‌ای و فنی مهندسی مورد نیاز کشاورزان فراهم می‌کند (Ministry of Jihad-E-Agriculture, 2007).

در شرایط کنونی، با توجه به تغییر و تحولات موجود در بازار، بیشتر سازمان‌ها و شرکت‌ها دست به بهره‌برداری از فرصت‌هایی می‌زنند که دیگر سازمان‌ها آنها را دنبال نمی‌کنند و گاه حتی از وجود آنها نیز مطلع نیستند (Collins & Ram, 2003). کارآفرینی اشتراکی<sup>۱</sup>، مجموعه فعالیت‌هایی است که بهره‌برداری از مزایای رقابتی نوآوری را در یک سازمان امکان‌پذیر کرده

2. Richard Cantillon  
3. Joseph Schumpeter

1. Corporate Entrepreneurship

نهایتاً پیشنهادهایی را به منظور توسعه کارآفرینی در این شرکت‌ها ارائه دهد.

در بررسی پیشینه تحقیق به برخی از مطالعات انجام شده در رابطه با موضوع پژوهش حاضر در داخل و خارج از کشور اشاره شده است. بر اساس نظر Lumpkin & Dess (1996)، عوامل فردی، محیطی و سازمانی، عملکرد کارآفرینانه را تحت تاثیر قرار می‌دهد. Hossain (1998) بیان می‌دارد که مهمترین محدودیت‌های توسعه کارآفرینی در صنایع کوچک بنگلادش، هزینه‌های دولتی، سیاست‌های تجاری، مشکلات اداری و قانونی و محدودیت‌های مالی بوده است.

از دیدگاه Maia (2002)، زیرساخت‌ها و عوامل محیطی در توسعه کارآفرینی مؤثرند. Hornsby et al. (2002) نیز به این نتیجه رسیدند که سازماندهی فعالیت‌ها، اختیار و مسئولیت، تقسیم کار، قوانین و مقررات، حمایت‌های مدیریتی، ساختار و سلسله مراتب، فرهنگ سازمانی و دسترسی به منابع در شکل‌گیری و توسعه کارآفرینی در سازمان‌ها مؤثرند.

Heinonen & Korvela (2004) در تحقیقی خود در کشور فنلاند بر نقش حمایت‌ها و تشویق‌های مدیریت، انگیزش افراد و وجود شفافیت راهبردها در راستای گسترش اطلاعات مرتبط با توسعه کارآفرینی سازمانی تأیید کرده‌اند. Moradnezhad (2007) مهمترین سازه‌های موثر بر توسعه کارآفرینی در واحدهای گلخانه‌ای ایران را محیط اقتصادی، ویژگی‌های روانشناختی، پویایی محیط، دسترسی به منابع، مهارت بازاریابی، محیط اکولوژیکی و علاقه به کشاورزی دانسته‌اند.

Alambeigi et al. (2009a) در تحقیق خود که به بررسی عوامل سازمانی موثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی در سازمان ترویج کشاورزی پرداخته بودند، دریافتند که بین توسعه کارآفرینی سازمانی و متغیرهای مرتبط با عوامل سازمانی رابطه معنی‌دار و مثبتی وجود داشته است. همچنین چهار متغیر سبک رهبری، راهبرد سازمانی، نظام کنترل سازمانی و فرهنگ سازمانی به ترتیب دارای بیشترین نقش در پیش‌بینی متغیر توسعه کارآفرینی سازمانی بوده‌اند.

کارآفرینی را بایستی به‌عنوان یکی از ضروریات قرن حاضر که به عصر اطلاعات موسوم است، دانست که دارای پیامدهایی چون جهانی شدن، فراگیری فناوری‌های نوین، تحولات شتابان در مبادلات، رقابت شدید در زمینه کسب و کار و ... می‌باشد. در چنین فضایی کارآفرینی فردی و سازمانی می‌تواند به‌عنوان عامل رشد و توسعه و یکی از مهمترین شاخص‌های تاثیرگذار در دستیابی به آینده مطلوب مطرح باشد (Mccline, 2004; Clark, 2004; Hajiyakhchali, 2002). با توجه به افزایش و گسترش فناوری‌های نوین، نقش و جایگاه کارآفرینان به‌طور فزاینده‌ای افزایش می‌یابد (Block & Stumpf, 2003) و تحول و دگرگونی که در مقوله کارآفرینی روی داده، تمامی جهان را متأثر کرده است؛ به گونه‌ای که دنیای کار و تجارت برای همیشه متأثر از این مقوله خواهد بود (Reynolds et al., 1999).

به واقع، کارآفرینی از عناصر توسعه پایدار کشاورزی به شمار می‌رود و لازم است کنشگران و کارگزاران امر، از جمله شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی، تلاشی هدفمند، برنامه‌ریزی شده و راهبردی را برای تسهیل توسعه کارآفرینی هم در داخل خود شرکت‌ها و همچنین در به منظور تحقق کشاورزی پایدار کارآفرینانه در تعامل با سایر کنشگران در چارچوب نظام دانش، اطلاعات و فناوری کشاورزی به انجام رسانند که این مهم از طریق سازوکارهای مختلفی می‌تواند پیگیری شود. لذا با توجه به نقش مهم شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی در پیشبرد اهداف بخش کشاورزی، توسعه و تقویت کارآفرینی در این شرکت‌ها می‌تواند سبب بهبود عملکرد آنها و در نتیجه رشد و توسعه کشاورزی گردد. از آنجایی که تاکنون تحقیق جامعی در این زمینه صورت نپذیرفته است، ضرورت بررسی این موضوع و یافتن راهکارهایی در زمینه توسعه کارآفرینی در این شرکت‌ها به شدت احساس می‌گردد. لذا این مطالعه با رویکرد توصیفی-پیمایشی در پی آن است تا مقوله کارآفرینی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی را به‌عنوان یک ضرورت ملموس و اکاود و عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی در این شرکت‌ها را معرفی نماید و

انحراف معیار نمره کل کارآفرینی پاسخگویان، معادل ۹۵ نفر به دست آمد. نمونه‌گیری به شیوه طبقه‌ای با انتساب متناسب صورت گرفت بدین ترتیب که هر یک از شهرستان‌های استان زنجان به‌عنوان یک طبقه در نظر گرفته شد و از اعضای شرکت‌های هر طبقه به تناسب حجم نمونه، افراد مورد نظر به‌صورت تصادفی تعیین گردیدند (جدول ۱). به‌منظور گردآوری اطلاعات، پس از بررسی جامع ادبیات موضوع، پرسشنامه‌ای مشتمل بر سه بخش شامل ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای، ویژگی‌های کارآفرینان (۴۰ گویه) (پرسشنامه استاندارد سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان بر اساس طیف لیکرت از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم و در رابطه با هشت ویژگی عمل‌گرایی، رویاپردازی، خطرپذیری، چالش‌طلبی، کانون کنترل درونی، سلاست فکری، توفیق‌طلبی و تحمل ابهام) و عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی (۳۷ گویه) بر اساس مقیاس طیف لیکرت (از خیلی کم تا خیلی زیاد) طراحی و تدوین شد. برای سنجش روایی صوری، نطقه نظرات چندین تن از اساتید دانشگاه و کارشناسان مربوطه پرسیده شد و مبتنی بر اظهارات آنان اصلاحات لازم به عمل آمد. برای سنجش پایایی ابزار تحقیق از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که مقدار ضرایب برای مقیاس‌های اساسی پرسشنامه به ترتیب ۰/۸۲ و ۰/۹۲ به دست آمد که حاکی از قابلیت اعتماد بالای ابزار تحقیق بود. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۱۶ و همچنین نرم‌افزار LISREL نسخه ۸/۵ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

جدول ۱- توزیع نمونه‌ها در بین طبقات جامعه

ردیف	شهرستان	حجم نمونه
۱	زنجان	۲۱
۲	ایجرود	۸
۳	ابهر	۱۶
۴	خدابنده	۱۴
۵	خرمدره	۱۱
۶	طارم	۱۳
۷	ماهنشان	۱۲
	جمع کل	۹۵

### نتایج و بحث

نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که میانگین سنی پاسخگویان حدود ۲۷/۶ سال بود. بیشتر آنها (۶۰

Alambeigi et al. (2009b) در پژوهشی دیگر دریافتند که سه متغیر محتوی مناسب منتقل شده به کارکنان توسط ICT سازمان، وجود راهبردهایی برای خلق پایگاه‌های داده مرتبط با حوزه فعالیت سازمان و حمایت مدیریت سازمان از حضور فناوری‌های پیشرفته در سازمان، به ترتیب بیشترین اثرات را بر توسعه کارآفرینی سازمانی در سازمان ترویج داشته‌اند. همچنین Pouratashi & MokhtarNia (2009) به این نتیجه رسیدند که عوامل روانشناختی، خدمات حمایتی، تحصیلی و مهارت کسب و کار به ترتیب مهمترین عوامل موثر بر کارآفرینی دانش‌آموختگان کشاورزی بوده است. مطالعه پیشینه تحقیق نشان داد که در زمینه توسعه کارآفرینی عوامل بسیاری تاثیرگذار می‌باشد. با توجه به مطالعات انجام شده، به‌طور خلاصه می‌توان این عوامل را در قالب عوامل فردی- روانشناختی (انگیزه‌ها، خود اکتایی، حل خلاق مسایل و تفکر خلاق و ...) (Orhan & Don, 2001; Littunen, 2000)؛ سازمانی (جو و محیط و نگرش کارآفرینانه و ...) (Miles & Covin, 2002)؛ اقتصادی (مزایای بازار و فراهم بودن سرمایه و ...) (Markley, 2005)؛ محیطی- اجتماعی (عوامل فرهنگی و اجتماعی، نگرش عمومی به کارآفرینی، تجربه کاری، شبکه‌های اجتماعی- ارتباطی و ...)؛ زیرساختی (زیرساخت‌های حمایتی، فناوری مناسب و ...)؛ حمایتی - سیاست‌گذاری و آموزشی (بهبود و توسعه نگرش‌ها، مهارت‌ها و توانایی‌های کارآفرینانه، شناخت و تحریک جریان کارآفرینانه، استعدادها و مهارت‌ها؛ تشویق و ترغیب کسب و کارهای جدید و ...) (Garavan & Ibrahim; Colette et al., 2005; O' Cinneide, 1994 & Soufani, 2002) خلاصه نمود. در این تحقیق نیز سعی گردید تا با توجه به ویژگی‌ها و شرایط خاص شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای کشاورزی، این عوامل شناسایی و مورد تحلیل قرار گیرد.

### مواد و روش‌ها

تحقیق حاضر از نظر هدف از نوع کاربردی، از نظر گردآوری داده‌ها پیمایشی و از لحاظ شیوه تحلیل داده‌ها از نوع توصیفی بود. جامعه آماری آن را اعضای ۶۲ شرکت خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی استان زنجان (N=۳۵۸) تشکیل می‌دادند. حجم نمونه تحقیق با استفاده از فرمول کوکران و در نظر گرفتن

جدول (۳) مشاهده می‌گردد بیشتر افراد در طبقه متوسط قرار داشتند.

جدول ۲- ویژگی‌های کارآفرینی پاسخگویان

ردیف	مقیاس	نمره
۱	عمل‌گرایی	۲۲/۰۸
۲	رویاپردازی	۱۹/۲۴
۳	خطرپذیری	۱۸/۹۱
۴	چالش‌طلبی	۱۸/۶۹
۵	کانون کنترل درونی	۱۷/۷۷
۶	سلاست فکری	۱۷/۶۰
۷	توفیق‌طلبی	۱۷/۰۶
۸	تحمل ابهام	۱۵/۲۱
۹	نمره کل کارآفرینی	۱۴۶/۵۶

جدول ۳- توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس ویژگی‌های کارآفرینی

ویژگی‌های کارآفرینی	فراوانی	درصد
سطح پایین (کمتر از ۱۳۶/۷۶)	۲۴	۲۵/۲۶
سطح متوسط (۱۵۶/۳۶-۱۳۶/۷۶)	۵۲	۵۴/۷۴
سطح بالا (بیشتر از ۱۵۶/۳۶)	۱۹	۲۰
جمع کل	۹۵	۱۰۰

در رابطه با اولویت‌بندی عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی، گویه‌های "حمایت دولت از شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای" و "برگزاری دوره‌های آموزشی در زمینه مهارت‌های کارآفرینی" به ترتیب در بالاترین اولویت‌ها و گویه‌های "آشنایی با قوانین و مقررات" و "تقویت نظام بیمه‌ای" به ترتیب در پایین‌ترین اولویت‌ها قرار گرفتند (جدول ۴).

درصد) مرد، سطح تحصیلات بیشتر آن‌ها (۸۷/۴ درصد) کارشناسی و رشته تحصیلی بیشتر آنها (۲۹/۶ درصد) زراعت و اصلاح نباتات بود. میانگین سابقه شرکت خدمات مشاوره‌ای حدود ۳/۷ سال بود. همچنین یافته‌های پژوهش نشان داد که تنها ۹/۵ درصد از جامعه مورد مطالعه سابقه شرکت در کلاس‌ها و یا دوره‌های کارآفرینی داشتند و میزان آشنایی بیشتر آنها (۵۰/۵ درصد) با اصول و مبانی کارآفرینی در سطح متوسط قرار داشت.

به‌منظور سنجش ویژگی‌های کارآفرینی پاسخگویان از پرسشنامه استاندارد سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان مشتمل بر ۴۰ گویه بر اساس طیف لیکرت بهره گرفته شد. در این ارتباط هشت ویژگی توفیق‌طلبی، کانون کنترل درونی، خطرپذیری، تحمل ابهام، سلاست فکری، رویاپردازی، عمل‌گرایی و چالش‌طلبی (هر ویژگی به‌وسیله ۵ گویه) مورد سنجش قرار گرفت. بر این اساس هر فرد در رابطه با هر ویژگی نمره‌ای بین ۵ تا ۲۵ و در کل نمره‌ای بین ۴۰ تا ۲۰۰ کسب می‌نماید که نمره کل بدست آمده نشان دهنده میزان کل کارآفرینی افراد است. در جدول (۲) میانگین نمره کسب شده افراد در رابطه با هر یک از ویژگی‌های کارآفرینی مشاهده می‌گردد. بالاترین نمره مربوط به عمل‌گرایی بوده و پایین‌ترین نمره به تحمل ابهام اختصاص پیدا کرده است. همچنین یافته‌های حاصل از تحقیق نشان داد که نمره کل کارآفرینی جامعه مورد مطالعه معادل ۱۴۶/۵۶ بدست آمد. در ادامه، به‌منظور طبقه‌بندی افراد بر اساس ویژگی‌های کارآفرینی، بر پایه میانگین و انحراف معیار، پاسخگویان به سه دسته پایین، متوسط و بالا تقسیم‌بندی شدند. همانگونه که در

جدول ۴- اولویت‌بندی عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی

رتبه	میانگین*	انحراف معیار	ضریب تغییرات	گویه
۱	۴/۰۲	۰/۸۲۵	۲۰/۵	حمایت دولت از شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای
۲	۳/۹۶	۰/۹۳۳	۲۳/۵	بهره‌های دوره‌های آموزشی در زمینه مهارت‌های کارآفرینی
۳	۴/۰۵	۱/۰۷۵	۲۶/۵	حمایت بانک‌ها و موسسات مالی - اعتباری از شرکت‌ها
۴	۳/۷۹	۱/۰۱۸	۲۶/۸	تشکیل مراکز کارآفرینی در سطح شهرستان و یا استان به منظور تقویت مهارت‌ها و قابلیت‌های کارآفرینی اعضای شرکت‌ها

## (ادامه جدول ۴)

رتبه	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین*	گویه
۵	۲۷/۳	۱/۱۲۸	۴/۱۲	برگزاری دوره های آموزش از راه دور و الکترونیکی در زمینه کارآفرینی
۶	۲۸/۰	۱/۰۵۳	۳/۷۶	توسعه زیرساخت های فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی
۷	۲۸/۵	۱/۰۵۲	۳/۶۹	افزایش مهارت های تخصصی مربوط به حیطه کاری
۸	۳۱/۱	۱/۰۸۶	۳/۴۹	کسب مهارت های سه گانه مدیریت (فنی، ادراکی و ارتباطی)
۹	۳۲/۷	۱/۱۴۹	۳/۵۱	آشنایی با مهارت های تدوین طرح کسب و کار
۱۰	۳۳/۰	۱/۱۴۷	۳/۴۷	آشنایی با سیاست ها و تسهیلات حمایتی دولتی
۱۱	۳۴/۳	۱/۱۵۸	۳/۳۷	تشویق شرکت ها و افراد موفق در زمینه کارآفرینی
۱۲	۳۶/۴	۱/۲۱۹	۳/۳۴	برقراری ارتباط نزدیکتر شرکت ها و بنگاه های کسب و کار موفق
۱۳	۳۶/۴	۱/۱۹۸	۳/۲۹	کاهش مقررات دست و پاگیر بانکی جهت تسهیلات
۱۴	۴۰/۰	۱/۲۶۵	۳/۱۶	ایجاد و تقویت مراکز مشاوره ای در حیطه های تخصصی
۱۵	۴۰/۳	۱/۲۷۶	۳/۱۶	برگزاری سمینارها و نشست های کارآفرینی
۱۶	۴۰/۷	۱/۳۱۶	۳/۲۳	برقراری ارتباط بین بخش کشاورزی با دانشگاه ها
۱۷	۴۶/۶	۱/۲۷۰	۲/۷۲	برقراری ارتباط بین بخش کشاورزی با مراکز تحقیقاتی
۱۸	۴۷/۹	۱/۲۶۱	۲/۶۳	افزایش فرهنگ سازی در زمینه کارآفرینی
۱۹	۴۸/۵	۱/۴۴۸	۲/۹۸	داشتن روحیه انجام کار گروهی
۲۰	۵۰/۹	۱/۰۱۹	۲/۰۰	افزایش دانش فنی افراد در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات
۲۱	۵۱/۳	۱/۳۶۶	۲/۶۶	افزایش مهارت های عملی افراد در زمینه های تخصصی
۲۲	۵۱/۹	۱/۵۲۷	۲/۹۴	برگزاری نمایشگاه های مختلف در زمینه کارآفرینی
۲۳	۵۲/۷	۱/۶۲۶	۳/۰۸	برقراری ارتباط با افراد کارآفرین
۲۴	۵۳/۳	۱/۴۱۹	۲/۶۶	برقراری ارتباط نزدیکتر بین شرکت های مختلف و اعضای آنها
۲۵	۵۳/۷	۱/۰۰۵	۱/۸۷	افزایش انگیزه افراد برای فعالیت در بخش کشاورزی
۲۶	۵۴/۰	۱/۶۲۸	۳/۰۱	ایجاد پایگاه های اطلاع رسانی اینترنتی به منظور معرفی کارآفرینان برتر و سهولت برقراری ارتباط با آنان
۲۷	۵۷/۶	۱/۶۱۵	۲/۸۰	آشنایی با مهارت های ایجاد کسب و کار کوچک
۲۸	۵۹/۰	۱/۷۴۸	۲/۹۶	بها دادن مسئولین به ایده های نوآور و حمایت از آنها
۲۹	۵۹/۷	۱/۴۹۴	۲/۵۰	در اولویت قرار دادن شرکت های نوآور در زمینه واگذاری امور و عقد قرارداد
۳۰	۶۴/۵	۱/۴۲۷	۲/۲۱	تقویت فرهنگ کار گروهی
۳۱	۶۶/۴	۱/۶۹۷	۲/۹۶	سیاست گذاری مناسب در زمینه افزایش ثبات و کاهش نوسان در بخش کشاورزی
۳۲	۶۶/۷	۱/۶۱۵	۲/۴۲	افزایش توانمندی و دانش افراد در زمینه اصول و مبانی مدیریت کسب و کار
۳۳	۶۶/۹	۱/۴۹۴	۲/۲۳	انجام تحقیقات کاربردی در زمینه کارآفرینی در سطح استان و شهرستان
۳۴	۶۹/۴	۱/۴۵۲	۲/۰۹	افزایش مهارت های حل مسئله
۳۵	۷۵/۹	۱/۶۰۲	۲/۱۱	افزایش مهارت های تصمیم گیری
۳۶	۱۱/۵۳	۱/۶۲۸	۱/۰۶	تقویت نظام بیمه ای
۳۷	۱۱/۵۵	۱/۲۲۵	۱/۰۶	آشنایی با قوانین و مقررات

همبستگی متغیرهای وارد شده برای تحلیل عاملی می باشد. به منظور استخراج تعداد عامل ها، از معیار مقدار ویژه استفاده گردید و عامل هایی مدنظر بوده است که مقدار ویژه آن ها از یک بزرگتر بوده است. عامل های استخراج شده همراه با مقدار ویژه، درصد واریانس و درصد واریانس تجمعی آن ها به شرح جدول (۵) می باشند. بدین طریق، تعداد ۶ عامل که مقدار ویژه

به منظور کاهش تعداد متغیرهای تحقیق به عوامل کمتر و تعیین سهم هر یک از عامل ها از تحلیل عاملی استفاده شد. بدین منظور ۳۷ متغیر مورد تحلیل قرار گرفتند که محاسبات انجام شده نشان داد که مقدار KMO برابر با ۰/۸۷۲ بود و مقدار آماره بارتلت ۳۵۲۷/۹۸۷ به دست آمد که در سطح معنی داری ۹۹ درصد قرار داشت که این امر حاکی از مناسب بودن

آن‌ها بزرگتر از یک بود، استخراج گردیدند و با توجه به طبیعت هر یک از عوامل، این عوامل به صورت "آموزشی"، "حمایتی"، "ارتباطی"، "مدیریتی"، "مهارت کسب و کار" و "سیاست‌گذاری" نام‌گذاری شدند (جدول ۶). شش عامل فوق در مجموع حدود ۶۳/۹۷٪ از کل واریانس را تبیین می‌نمایند که نشان از درصد بالای واریانس تبیین شده توسط این عامل‌ها می‌باشد. لازم به ذکر است که پس از چرخش (وریماکس) ۱۶ متغیر به‌علت پایین بودن بارعاملی (کمتر از ۰/۵) و در نتیجه معنی‌دار نبودن همبستگی آن‌ها با دیگر متغیرها، از تحلیل حذف گردیدند.

جدول ۵ - عامل‌های استخراج شده همراه با مقدار ویژه، درصد واریانس و درصد واریانس تجمعی آن‌ها

عامل‌ها	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد واریانس تجمعی
اول	۲/۶۱	۱۱/۸۹	۱۱/۸۹
دوم	۲/۵۱	۱۱/۴۲	۲۳/۳۱
سوم	۲/۴۸	۱۱/۲۸	۳۴/۶
چهارم	۲/۴۱	۱۰/۹۶	۴۵/۵۶
پنجم	۲/۲۶	۱۰/۲۹	۵۵/۸۶
ششم	۱/۷۸	۸/۱	۶۳/۹۷

جدول ۶ - خلاصه تحلیل عاملی عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی پس از دوران ماتریس عاملی

نام عامل	متغیر	بار عاملی
آموزشی	برگزاری سمینارها و نشست‌های کارآفرینی	۰/۷۷۵
	برگزاری دوره‌های آموزشی در زمینه مهارت‌های کارآفرینی	۰/۷۳۸
	برگزاری دوره‌های آموزش از راه دور و الکترونیکی در زمینه کارآفرینی	۰/۷۳۷
	برگزاری نمایشگاه‌های مختلف در زمینه کارآفرینی	۰/۶۶۵
حمایتی	حمایت دولت از شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای	۰/۷۴۳
	توسعه زیرساخت‌های فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی	۰/۶۸۵
	حمایت بانک‌ها و موسسات مالی - اعتباری از شرکت‌ها	۰/۶۶۸
	بها دادن مسئولین به ایده‌های نوآور و حمایت از آنها	۰/۶۵۷
ارتباطی	برقراری ارتباط بین بخش کشاورزی با دانشگاه‌ها	۰/۸۷۲
	برقراری ارتباط نزدیکتر شرکت‌ها و بنگاه‌های کسب و کار موفق	۰/۸۴۸
	برقراری ارتباط با افراد کارآفرین	۰/۷۶۹
مدیریتی	افزایش مهارت‌های حل مسئله	۰/۸۲۲
	افزایش مهارت‌های تصمیم‌گیری	۰/۷۵۱
	کسب مهارت‌های سه‌گانه مدیریت (فنی، ادراکی و ارتباطی)	۰/۶۸۲
	آشنایی با مهارت‌های تدوین طرح کسب و کار	۰/۷۹۲
مهارت کسب و کار	افزایش دانش فنی افراد در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات	۰/۷۰۸
	افزایش مهارت‌های عملی افراد در زمینه‌های تخصصی	۰/۷۰۰
	آشنایی با مهارت‌های ایجاد کسب و کار کوچک	۰/۵۵۶
سیاست‌گذاری	انجام تحقیقات کاربردی در زمینه کارآفرینی در سطح استان و شهرستان	۰/۸۱۳
	سیاست‌گذاری مناسب در زمینه افزایش ثبات و کاهش نوسان در بخش کشاورزی	۰/۷۷۲
	در اولویت قرار دادن شرکت‌های نوآور در زمینه واگذاری امور و عقد قرارداد	۰/۵۱۶

مهندسی کشاورزی، داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار LISREL نسخه ۸/۵، مورد تحلیل قرار گرفتند. در الگوی (۱) و جدول (۷) نتایج حاصل از این تحلیل عاملی

برای بررسی اعتبار سازه‌ای پرسشنامه و برازش الگوی اندازه‌گیری و ساختاری مربوط به عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی

نزدیکتر باشد، حاکی از برازش مناسب مدل است. همچنین، معیار ریشه میانگین باقی مانده ها (RMS= 0.43) که شاخصی برای اندازه گیری متوسط باقی مانده هاست، هرچه کوچک تر باشد، نشان دهنده برازش خوب مدل است. از سوی دیگر مجذور کای ( $X^2=2.362$ ) و سطح معنی داری ( $P=0.000$ )، و کمیت های t (در سطح معنی داری ۰/۵۰ درصد) حاکی از عدم تفاوت معنی داری داده های مشاهده شده با مدل هستند (Hair et al., 2006).

با توجه به نتایج کسب شده در جدول (۶) می توان نتیجه گرفت که عامل های حمایتی، آموزشی، ارتباطی، مدیریتی، مهارت کسب و کار و سیاستگزاری تا حدود زیادی ابعاد مستقل و مجزای عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی در شرکت های خدمات مشاوره ای فنی مهندسی کشاورزی را اندازه گیری می کنند و این موارد به ترتیب اولویت رتبه اول تا ششم را در تدوین عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی این شرکت ها به خود اختصاص می دهند. به عبارتی دیگر می توان گفت که عامل حمایتی رتبه اول و عامل سیاستگزاری رتبه آخر را در تبیین عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی این شرکت ها به خود اختصاص می دهند.

تأییدی آمده است. در شکل (۱) الگوی برازش شده عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی در شرکت های خدمات مشاوره ای فنی مهندسی کشاورزی، بارهای عاملی استاندارد شده گویه ها حاکی از این هستند که ابزار اندازه گیری در وضعیت مناسبی از لحاظ اعتبار سازه ای قرار دارد. در جدول (۸) شاخص های برازندگی حاکی از برازش خوب مدل مورد مطالعه با داده های مشاهده شده است. شاخص نیکویی برازش ( $GFI=0.91$ ) و شاخص تعدیل شده نیکویی برازش ( $AGFI=0.94$ ) هرچه به یک

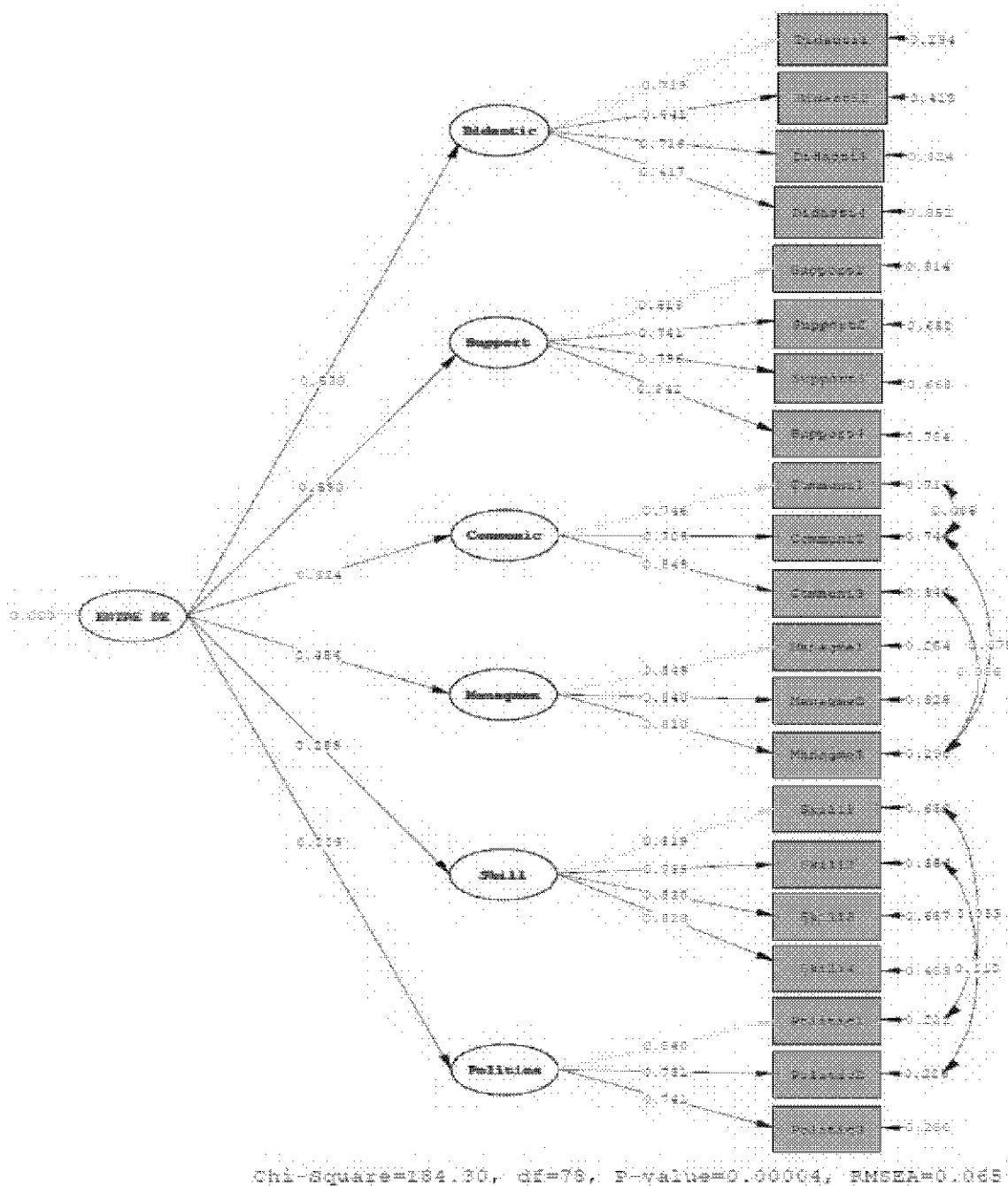
جدول ۷- نتایج میزان انطباق مدل پژوهش با شاخص های برازندگی

شاخص برازش	معیار پیشنهاد شده	نتایج در پژوهش
$\chi^2/df$	$\leq 3$	۲/۳۶۲
p-value	$\leq 0.05$	۰/۰۰۰
NFI	$0.90 \leq$	۰/۹۲
NNFI	$0.90 \leq$	۰/۹۴
CFI	$0.90 \leq$	۰/۹۰
GFI	$0.90 \leq$	۰/۹۱
AGFI	$0.90 \leq$	۰/۹۴
RMR	$\leq 0.05$	۰/۰۴۳
RMSEA	$\leq 0.10$	۰/۰۶۵

جدول ۸- تحلیل عاملی تاییدی ساختار نظری پرسشنامه

متغیرها	گویه ها	بار عاملی استاندارد شده	مقدار t	آلفای کرونباخ
آموزشی	Didact1	۰/۷۱۹	-	۰/۹۴
	Didact2	۰/۸۴۱	۸/۵۹۵	
	Didact3	۰/۷۱۶	۸/۳۸۶	
	Didact4	۰/۴۱۷	۸/۲۸۴	
حمایتی	Support1	۰/۵۱۸	-	۰/۸۹۷
	Support2	۰/۷۴۱	۷/۸۲۹	
	Support3	۰/۷۹۶	۸/۴۱۸	
	Support4	۰/۸۴۲	۱۰/۱۰۶	
ارتباطی	Communic1	۰/۷۴۶	-	۰/۸۷۹
	Communic2	۰/۷۰۹	۸/۲۲۹	
	Communic3	۰/۸۴۹	۱۰/۷۸۳	
مدیریتی	Managmen1	۰/۸۴۹	-	۰/۹۰۳
	Managmen2	۰/۸۴۰	۱۲/۲۴۵	
	Managmen3	۰/۸۱۰	۱۱/۶۱۹	
مهارت کسب و کار	Skill1	۰/۸۱۹	-	۰/۸۶۸
	Skill2	۰/۷۸۹	۱۱/۹۳۲	
	Skill3	۰/۸۳۰	۸/۳۶۴	
	Skill4	۰/۸۲۳	۸/۴۱۴	
سیاستگزاری	Politics1	۰/۸۴۰	-	۰/۹۴۱
	Politics2	۰/۷۸۱	۱۴/۲۰۶	
	Politics3	۰/۷۴۱	۱۳/۱۳۰	





شکل ۱- تحلیل عملی تاییدی سازوکارهای توسعه کارآفرینی در شرکت های خدمات مشاوره ای فنی مهندسی کشاورزی

یک نقطه ضعف در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های این بخش تلقی می‌گردد. ضمناً طبقه‌بندی افراد بر اساس ویژگی‌های کارآفرینی نیز نشان داد که بیشتر پاسخگویان از نظر این خصیصه در طبقه متوسط قرار داشتند که با توجه به ماهیت اینگونه شرکت‌ها و زمینه فعالیت‌های آنها انتظار می‌رفت که افراد از وضعیت مطلوب‌تری برخوردار باشند. بدون شک توسعه

**نتیجه‌گیری و پیشنهادها**

یافته‌های تحقیقی نشان می‌دهد که به مبحث کارآفرینی و آموزش‌های مرتبط با آن هم در زمان تحصیل و هم پس از آن و در زمان فعالیت در شرکت‌ها توجه لازم و کافی صوت نگرفته است، که با توجه به اهمیت و نقش کارآفرینی در پیشبرد اهداف بخش کشاورزی و نوپا بودن این شرکت‌ها این موضوع به‌عنوان

کارآفرینی و توجه به این امر مهم می‌تواند به‌عنوان یکی از ارکان رشد و توسعه اقتصادی شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای و متعاقب آن توسعه بخش کشاورزی و مدیریت بهینه منابع انسانی و غیرانسانی این بخش گردد. لذا بر این اساس و بر اساس یافته‌های تحقیق پیشنهاد می‌گردد:

- با توجه به اهمیت مبحث آموزش در توسعه کارآفرینی (که یافته‌های پژوهش حاضر نیز موید این موضوع می‌باشد) و از آنجایی که یکی از معضلات آموزش عالی، دانش‌آموختگان بیکار و با سطح پایین مهارتی و غیر مرتبط بودن آموخته‌های آنها با بازار کار می‌باشد، توصیه می‌شود ضمن برگزاری دوره‌های آموزشی در زمینه مهارت‌های کارآفرینی، دعوت از افراد کارآفرین، بازدید از واحدهای نمونه کارآفرینی، برگزاری سمینارها و نشست‌های کارآفرینی و ... به این مهم دست پیدا کرد.

بی‌شک، می‌توان گفت که یکی از مهمترین ملزومات توسعه کارآفرینی در شرکت‌های مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی، توجه به عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی در این نوع شرکت‌ها می‌باشد که باید مورد شناسایی، تقویت و استفاده بهینه قرار گیرند؛ هرگونه کوتاهی در این زمینه فرایند توسعه کارآفرینی در این نوع شرکت‌ها را به تأخیر خواهد انداخت. در زمینه اولویت‌بندی عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی گویه‌های "حمایت دولت از شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای" و "برگزاری دوره‌های آموزشی در زمینه مهارت‌های کارآفرینی" به‌ترتیب در بالاترین اولویت‌ها قرار گرفتند که این یافته در تایید تحقیقات Hossain (1998) و Hornsby et al. (2002) می‌باشد. از آنجایی که این شرکت‌ها ماهیتاً از فارغ‌التحصیلان دانشگاهی که دارای سطح تجربه پایینی می‌باشند و از بعد اقتصادی و مالی نیز از وضعیت مطلوبی برخوردار نمی‌باشند، بایستی در بدو تاسیس از ابعاد مختلف آموزشی، حمایتی، سیاست‌گذاری و ... مورد حمایت دولت قرار گیرند تا برخی از مشکلات آنها برطرف گردد در غیر این صورت این شرکت‌ها با مشکلات بسیاری مواجه خواهند شد. لذا بر اساس یافته‌های تحقیق در این زمینه پیشنهاد

می‌گردد:

- این شرکت‌ها از سوی دولت به طرق مختلف از قبیل اعطای تسهیلات بانکی با بهره پایین، برطرف نمودن و یا کاهش موانع بروکراسی در زمینه دریافت اینگونه تسهیلات، معافیت‌های مالیاتی (در سال‌های آغازین تاسیس شرکت‌ها)، اعمال سیاست‌هایی در زمینه واگذاری امور و فعالیت‌های اقتصادی متنوع‌تر به این شرکت‌ها، حمایت‌های بیشتر سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی و ... مورد حمایت و پشتیبانی قرار گیرند.

- با توجه به اهمیت روزافزون فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات و تاثیر آن در بخش‌های مختلف جامعه و تاثیر مثبت آن در اشاعه کارآفرینی، همچنین قرار گرفتن گویه‌های برگزاری دوره‌های آموزش از راه دور و الکترونیکی در زمینه کارآفرینی و توسعه زیرساخت‌های فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در اولویت‌های بالای عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی از دیدگاه پاسخگویان، لذا پیشنهاد می‌گردد تا ضمن فراهم نمودن زیرساخت‌های لازم و امکان دسترسی این شرکت‌ها به این فناوری‌ها، نسبت به برگزاری دوره‌های آموزش از راه دور در زمینه کسب و ارتقاء مهارت‌های مرتبط با فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات و همچنین مهارت‌های کسب و کار، کارآفرینی و ... اقدام گردد.

- بر اساس نتایج تحلیل عاملی، شش عامل آموزشی، حمایتی، ارتباطی، مدیریتی، مهارت کسب و کار و سیاست‌گذاری در مجموع حدود ۶۳/۹۷ درصد از کل واریانس عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی را تبیین نمودند. در تحقیقات دیگر محققین از قبیل Lumpkin & Dess (1996) و Hornsby et al. (2002)، Pouratashi & MokhtarNia (2009) نیز تاثیر این عوامل در توسعه کارآفرینی تاکید شده است. در زمینه مبحث آموزش با توجه به اینکه سایر یافته‌های تحقیق نیز تاثیر این امر را نشان داده بود پیش‌تر مطالبی ارائه گردید و بسیاری از مهارت‌های ارتباطی و مدیریتی را نیز می‌توان از این طریق توسعه و بهبود بخشید اما در زمینه حمایتی و سیاست‌گذاری بایستی از سطوح کلان برنامه‌ریزی تا پایین‌ترین سطح مرتبط با این شرکت‌ها

لازم صورت پذیرد.

- به‌منظور توسعه کارآفرینی در این شرکت‌ها پیشنهاد می‌شود که شرکت در دوره‌های کوتاه‌مدت کارآفرینی و اخذ مدرک لازم، به‌عنوان یکی از پیش‌شرط‌های تشکیل و عضویت در این شرکت‌ها گردد.

- در پایان نیز با توجه اهمیت کارآفرینی و نقش پررنگ آن در جامعه اطلاعاتی و حال پیشرفت کنونی و رشد و تعالی منابع انسانی، در کلیه ابعاد و ارکان کشاورزی، به امر آموزش کارآفرینی به طرق مختلف از جمله آموزش‌های رسمی و غیر رسمی توجه همه جانبه صورت پذیرد زیرا یقیناً افراد آموزش دیده در این زمینه، شانس بیشتری برای فراهم‌سازی شرایط لازم برای اشتغال و توفیق در زمینه شغلی خود را خواهند داشت.

که ادارات جهاد کشاورزی شهرستان‌ها می‌باشد، حمایت و برنامه‌ریزی لازم در زمینه توسعه و تقویت این شرکت‌ها از ابعاد مختلف کارآفرینانه صورت پذیرد. لذا پیشنهاد می‌گردد:

- افراد کارآفرین و دارای ایده‌های نوآورانه و محوری مورد تشویق قرار گرفته و از تسهیلات ویژه‌ای برخوردار گردند که این امر هم می‌تواند سبب حمایت از این افراد و هم تشویق سایر افراد و ایجاد رغبت در آنها برای خلق نوآوری‌ها گردد.

- ایجاد مراکز کارآفرینی در سطح استان و یا شهرستان، نسبت به ایجاد پایگاه‌های اطلاع‌رسانی و وبسایت به منظور معرفی کارآفرینان برتر، سهولت دسترسی به آنها و برقراری ارتباط موثر بین افراد اقدام

## REFERENCES

1. Abotaleb, V. (2008). *An introduction to current opportunities in investment and involvement in Iran country agriculture sector*, Retrieved December 11, 2008, from [http://flgrp.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=15&Itemid=77](http://flgrp.com/index.php?option=com_content&task=view&id=15&Itemid=77). (In Farsi).
2. Alambeigi, A., Malek Mohammadi, I., & Moghimi, S.M. (2009a). An investigation of the influence of organizational factors on intreprenurship development in Iranian agricultural extension organization (IAEO), *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 40(1):21-29. (In Farsi).
3. Alambeigi, A., Malek Mohammadi, I., & Moghimi, S.M. (2009b). Path analysis components of information and communication technology (ICT), as related to intreprenurship development in Iranian agricultural extension organization (IAEO), *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 40-2 (2): 103-113. (In Farsi).
4. Archibong, C.A. (2004). *Technology, infrastructure and entrepreneurship: Role of the government in building a sustainable economy*, School of Business and Economics North Caroliana & T State University.
5. Block, A., & Stumpf, S.A. (2003). Entrepreneurship education research: Experience and challenge, In: Sexton, D. L., Kasarda, J. D.(Eds), *The state of the art of entrepreneurship*, PWS-Kent publishing company, Boston.
6. Clark, B.R. (2004). The entrepreneurship university demand and response: Theory and practice, *Tertiary education management*, 22, Spring 2004.
7. Colette, H., Hill, F., & Leitch, C. (2005), Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught?" Part I, *Journal of Education and Training*, 47(2): 98-111.
8. Collins, L., & Ram, M. (2003). Managing the entrepreneurial firm. In, CMS3: 3rd International Critical Management Studies Conference, Lancaster, UK", 7-9 Jul 2003. Lancaster, UK, *Lancaster University Management School*: 1-18
9. Colman, D., & Nixon, F. (1994). *Economics of Change in Less Developed Countries*, 3rd edition., New York and London, Harvester Wheatsheaf.
10. Garavan, T., & O'Cinneide, B. (1994). Entrepreneurship Education and Training Programmes:A Review and valuation (Part 1), *Journal of European Industrial Training*, 18(8): 3-12.
11. Hair, F., Anderson, R., Tatham, R., & Black, W. (2006). *Multivariate data analysis with readings*. London: Prentice-Hall.
12. Hajiyakhchali, A. (2002). *Study of students viewpoint about content and courses of entrepreneurship*, M. Sc. Thesis, Faculty of psychology and education, Shiraz University. (In Farsi).
13. Heinonen, J., & Korvela, K. (2003). How about measuring intrapreneurship? 33rd Entrepreneurship, *Innovation and Small Business Conference*, Milan, Italy, 10-12 September.
14. Hisrich, R.D. (1990). Entrepreneurship/Intrapreneurship, *American Psychologist*, 45(2): 209-220.

15. Hornsby, J.S., Kuratko, D.F., & Zahra, S.A. (2002). Middle managers' perception of the internal environment for corporate entrepreneurship: Assessing a measurement scale, *Journal of Business Venturing*, 17: 49-63.
16. Hossain, N. (1998). *Constraints to SMEs development in Bangladesh, job opportunities and business support (jobs) program*, Institutional reform and the informal sector (IRIS), University of Maryland at College Park.
17. Ibrahim, A.B., & Soufani, K. (2002). Entrepreneurship Education and Training in Canada: A critical assessment? Part I *Education and Training*, 44(8/9): 421- 430.
18. Kuratko, D.F., & Hodgetts, R.M. (2007). *Entrepreneurship: Theory, process, practice*, Mason, OH: South-Western College Publishers.
19. Kuratko, D.F., Ireland, R.D., Covin, J.G., & Hornsby, J.S. (2005). A model of middle-level managers' entrepreneurial behavior, *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 29(6): 699-716.
20. Littunen, H. (2000). Entrepreneurship and the Characteristics of Entrepreneurial Personality, *International Journal of Entrepreneurial Behavior Research*, 6(6): 295 - 310.
21. Lumpkin, G.T., & Dess, G.G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance, *Academy of management review*, 21(1): 135-172.
22. Maia, L. (2002). *Enhancing entrepreneurship in rural tourism for sustainable regional development: The case of Söderlång region*. Sweden: The international institute for industrial environmental economics (IIIEE); International Miljö Institute.
23. Markley, D.M. (2005). *Local Strategies for responding to rural restructuring: The role of entrepreneurship*, Globalization and Restructuring in rural America Conference ERS-USDA, Washington, D.C.
24. Mccline, R.L. (2004). Opportunity recognition: An exploratory investigation of a component of the entrepreneurial process in the context of the health care industry: Theory and practice, *Tertiary Education Management*, 25(2): 81-94.
25. Miles, M.B., & Covin, J.G. (2002). Exploring the practice of corporate venturing: some common forms and their organizational implications, *Entrepreneurial Theory and Practice*, 26(3): 21-40.
26. Ministry of Jihad-E-Agriculture. (2007). *Program of agricultural consulting, technical and engendering network*, Office of Extension and farming system, Ministry of Jihad-E-Agriculture. (In Farsi).
27. Moradnezehadi, H., Irvani, H., Shabanali Fami, H., Hosseini, S.M., & Kafi, M (2007). Analysis of factors influencing entrepreneurship development in green houses in Iranian, *Iranian Journal of Agricultural Sciences*, 2(1386): 219-226. (In Farsi).
28. Orhan, M., Scott D. (2001). Why Women Enter in to Entrepreneurship an Explanatory Model, *Women in Management Review*, 16: 232-247.
29. Pouratashi, M., & Mokhtar Nia, M. (2009). A study of factors influencing entrepreneurship of agricultural graduates from viewpoint of faculty members of University College of Agriculture and Natural Resources, University of Tehran, *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 40-2(2): 115-122. (In Farsi).
30. Reynolds, P.D., Hay, M., & Camp, S.M. (1999). *Global entrepreneurship monitor*, Kansas City, MO: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
31. Rokn Aldin Eftekhari, A.A.R., Taher Khani, M., & Sojasi Ghidari, H.A. (2009). Dimensions and factors affecting the development of agricultural entrepreneurship in rural Iran: a case study of Khodabandeh county, *Roosta Va Towse' E*, 12(3):43-72. (In Farsi).
32. Stevenson, H.H., Roberts, M.J., & Grousbeck, H.I. (1999). *New business ventures and the entrepreneur*, 5th edition, Richard D. Irwin, 1999.