

تأثیر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی بر رفتار کارآفرینی توت فرنگی کاران استان کردستان، شهرستان سروآباد

کمال ویسی^{۱*} و حسن صدیقی^۲

۱، ۲، دانشجوی کارشناسی ارشد و دانشیار گروه ترویج و آموزش

کشاورزی دانشگاه تربیت مدرس

(تاریخ دریافت: ۸۹/۱۲/۳۰ - تاریخ تصویب: ۹۰/۹/۳۰)

چکیده

هدف کلی این تحقیق بررسی تأثیر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی بر رفتار کارآفرینی توت فرنگی کاران بود. جامعه آماری این تحقیق را ۱۹۳ نفر کشاورز توت فرنگی کار شهرستان سروآباد، تشکیل دادند (N=۱۹۳). با استفاده از جدول کرجسی و مورگان، ۱۲۷ کشاورز به عنوان نمونه انتخاب شدند (n=۱۲۷) و با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده مورد مطالعه قرار گرفتند. ابزار تحقیق پرسشنامه بود که روایی ظاهری و محتوایی آن توسط پانلی از متخصصان ترویج و آموزش کشاورزی و علوم باغبانی، مورد بررسی، اصلاح و تأیید قرار گرفت. برای تعیین پایایی ابزار تحقیق، آزمون پیشاهنگ انجام شد و میانگین آلفای کرونباخ ۰/۸۷ بدست آمد. نتایج آزمون همبستگی نشان داد که همبستگی مثبت و معنی‌داری بین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی (بهادادن به زندگی، احساس امنیت و اعتماد، مشارکت در اجتماعات محلی، پیوندهای کاری و ظرفیت پذیرش تفاوت‌ها) و رفتار کارآفرینی وجود داشت. نتایج رگرسیون خطی نشان داد که مؤلفه‌های بهاء دادن به زندگی، احساس امنیت و اعتماد و مشارکت در اجتماعات محلی در مجموع توانستند ۴۰ درصد از تغییرات رفتار کارآفرینی را تبیین نمایند.

واژه‌های کلیدی: سرمایه اجتماعی، کارآفرینی، رفتار کارآفرینی، توت فرنگی کاران،

شهرستان سروآباد

مقدمه

همکاری و مشارکت اجتماعی بشمار می‌آید (Fukuyama, 2001). که این ناشی از رفتارهایی است که مردم در اجتماع از خود نشان می‌دهند. وجود این سرمایه در جوامع کشاورزی، می‌تواند یکی از عوامل، جهت دستیابی به توسعه پایدار روستایی باشد (Akhtar, 2007). لذا توجه به این موضوع مهم در مباحث توسعه پایدار، به ویژه توسعه پایدار روستایی و

امروزه با رویکرد چند بعدی به مفهوم توسعه پایدار و به تبع آن جامع‌نگری در طرح و اجرای برنامه‌های توسعه، نقش و اهمیت واقعی ابعاد مختلف جامعه به عنوان بستری برای توسعه پایدار به طور روز افزونی بر کارگزاران توسعه نمایان شده است. در این راستا، سرمایه اجتماعی معیاری برای سنجش میزان اعتمادپذیری،

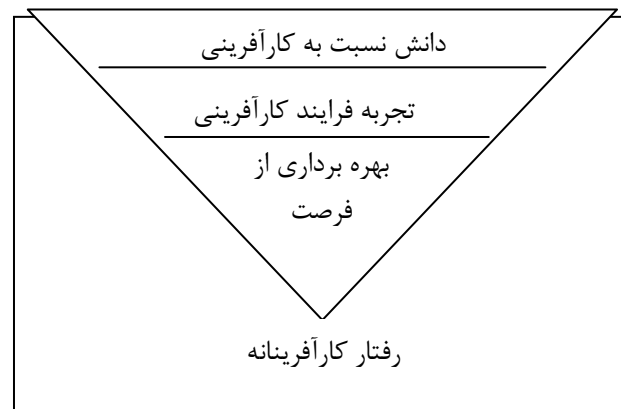
متغیری از روابط اجتماعی واقع شده است و این روابط اجتماعی می‌توانند رابطه کارآفرین را با منابع و فرصت‌ها، محدود یا تسهیل نمایند (Ahmadpourdaryani, 2007).

Bullen & Ounyx (2000) در تعریفی که از سرمایه اجتماعی ارائه می‌دهند، آن را ماده خام جامعه مدنی می‌دانند که از بین هزاران کنش متقابل هر روز مردم به وجود می‌آید این شکل از سرمایه بین افراد خاصی یا ساختارهای اجتماعی خاصی قرار ندارند، بلکه در فضایی بین مردم قرار دارد. یعنی یک پدیده از پایین به بالا است و با شکل‌گیری پیوند و شبکه اجتماعی مردم بر مبنای اصول اعتماد، معامله متقابل و هنجارهای کنش به وجود می‌آید. که رفتارهای اجتماعی تأثیرپذیر از کنش‌های موجود در جامعه هستند. بنابراین کارآفرینی نوعی رفتار برنامه‌ریزی شده به حساب می‌آید (Bagozzi et al., 1989). که در درجه اول مبتنی بر تصمیم فردی است فرایندی که خود خواسته و عمدی بوده و شخص را در جهت جستجوی فرصت‌ها و پشت سر گذاردن مراحل مختلف تا رسیدن به رفتار کارآفرینی، همراهی می‌نماید از لحاظ روانشناسی قصد بهترین پیش‌بینی کننده رفتار کارآفرینی و ابزاری برای توصیف فرایند کارآفرینی، به شمار می‌رود (Krueger et al., 2000).

در این خصوص مدلی ارائه شده است. بر اساس این مدل که در شکل (۱) نشان داده شده است، رفتار کارآفرینی، طی مراحل زیر رخ می‌دهد (Heinonen et al., 2005).

- ۱- قصد و نیت راه اندازی کسب و کار یا بروز رفتار کارآفرینانه
- ۲- کسب دانش در زمینه کارآفرینی و کسب و کار مورد نظر
- ۳- کسب تجربه در خصوص فرایند کارآفرینی و کسب و کار مورد نظر
- ۴- جستجو برای شناخت فرصت و بهره برداری از آنها.

کشاورزی حایز اهمیت است. از آنجایی که اکثر کشاورزان جهان سوم از سرمایه فیزیکی و مالی در سطح پایینی برخوردار هستند و اکثر کشورهای جهان سوم از محدودیت‌هایی در ارتباط با منابع طبیعی برخوردار هستند، در این بین توجه به سرمایه اجتماعی به عنوان یک سرمایه جایگزین می‌تواند در نظر گرفته شود. در صورتی که رابطه این سرمایه با هنجارها و رفتارهای مفید جامعه مشخص شود می‌توان با پیش بینی درست به شیوه‌ای مفید برای آینده برنامه‌ریزی کرد. یکی از این عوامل و رفتارها که امروزه مورد توجه برنامه‌ریزان و سیاست‌گزاران قرار گرفته، رفتار کارآفرینانه می‌باشد. که بیشتر تحقیقات صورت گرفته روی کارآفرینی، از نوع تعیین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان، و از نوع ساختاری و موقعیت محیطی بوده است که به دلیل عدم توجه به شبکه روابط اجتماعی (سرمایه اجتماعی)، یعنی عوامل غیر اقتصادی، مورد انتقاد قرار گرفته است (Ulhoi, 2004). اندیشه اصلی سرمایه اجتماعی این است که شبکه‌های اجتماعی مردم را به همکاری و اعتمادپذیری بیشتری در برخوردهایشان تشویق کند و از شرایط انفرادی بیرون آورد. سرمایه اجتماعی، هسته تجربی واقعی یا جوهر جامعه مدنی است همچنین ویژگی‌هایی از یک جامعه یا گروه‌های اجتماعی است که ظرفیت سازمان‌دهی جمعی و داوطلبانه برای حل مشکلات متقابل یا مسایل عمومی را افزایش می‌دهد (Tajbakhsh, 2006). از سوی دیگر جهانی شدن، افزایش رقابت، توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات، توجه به کیفیت کالاها و خدمات، مشتری مداری، ناکارآمدی دولت‌ها و غیره سراسر دنیا را با چالش‌های جدی روبرو کرده است. از جمله راهکارهای اثربخش دولت‌ها برای رویارویی با این چالش‌ها، توسل به کارآفرینی است. از این رو تجربیات کشورهای پیشرفته در دهه‌های هشتاد به بعد، حاکی از توجه کامل آنها به مقوله کارآفرینی و ترویج آن در جامعه است (Moghimi, 2004). همچنین از دید دانشمندان علوم اجتماعی کارآفرینی فرآیندی است که در شبکه



شکل ۱- رویکرد کارآفرینانه (Heinonen et al., 2005).

رشد اقتصادی وجود دارد و اشاره دارد، جوامعی که مردم آن از تحصیلات بالایی برخوردارند، سرمایه اجتماعی بالاتری نیز دارند و به تبع آن تأثیر چنین سرمایه اجتماعی ای اجتناب ناپذیر است.

از مطالب یاد شده می توان استنباط کرد که همان طور که سرمایه اجتماعی می تواند به مقابله با فقر و آسیب پذیری کمک کند، قادر است انسان ها را در مواجهه با خلق موقعیت های کسب و کار تواناتر نماید. به نقل از Mousavi & Tavasoli (2006) اندیشه اصلی سرمایه اجتماعی این است که اطرافیان، دارایی بسیار مهمی را تشکیل می دهند که یک فرد می تواند در شرایط بحرانی، آن ها را به کار گیرد، از آن ها بهره گیرد و یا برای منافع مادی استفاده نماید. عقیده فرد نسبت به این که وی تحت کنترل وقایع خارجی یا داخلی هست یا خیر را مرکز کنترل می نامند. بیشتر کارآفرینان را دارای مرکز کنترل درونی توصیف نموده اند. افراد با مرکز کنترل بیرونی معتقدند وقایعی که خارج از کنترل آن ها هستند، سرنوشت شان را تعیین می کند. کارآفرینان موفق، به قصد خود ایمان دارند و موفقیت یا شکست را به سرنوشت، اقبال یا نیروهای مشابه نسبت نمی دهند (AhmadPourdaryani, 2007).

در سال های گذشته، سرمایه اجتماعی به نحو مطلوبی در علوم اجتماعی مطرح شده است که در سال های اخیر، این سرمایه به عنوان پدیده جدید اجتماعی که فرصت های جدیدی برای جامعه ایجاد می کند، مورد توجه قرار گرفته است (Sa'adat, 2009). لذا این پژوهش قصد دارد تاثیر مؤلفه های سرمایه اجتماعی بر رفتار کارآفرینی توت فرنگی کاران را مورد

Coleman (1988) بیان کرد سرمایه اجتماعی، منبعی است که برای دستیابی به اهداف گوناگون مورد استفاده قرار می گیرد و از طریق فرایندهای آگاهانه و عمدی کنش متقابل افراد یا گروه هایی از افراد با یکدیگر ایجاد می شود. با توجه به چارچوب مفهومی مطرح شده، می توان گفت که سرمایه اجتماعی، هم به عنوان منبع و هم به عنوان نتیجه فرایند عمدی و آگاهانه کنش متقابل افراد با یکدیگر است (Woodhouse, 2006).

Portes (1998) سرمایه اجتماعی را مجموعه ای از منابع بالقوه و بالفعل در پیوند با شبکه های شکل گرفته در طول زمان و روابط نهادی شده می دانند. در نهایت وی، سرمایه اجتماعی را سرمایه گذاری در یک مرتبه خیلی مهم، تولید انسجام گروهی و فراهم کردن یک موقعیت فعالیت گروهی می دانند. در همین راستا، Narayan & Woolcock (2000)، مفهوم سرمایه اجتماعی را در توسعه بررسی کردند. آنها ترجیح دادند سرمایه اجتماعی را منحصراً هنجارها و شبکه هایی که مردم را قادر می کنند تا به طور جمعی اقدام کنند، تعریف کنند. همچنین سرمایه اجتماعی می تواند به عنوان یک شبکه مرتبط با حرفه در نظر گرفته شود. بنابراین، به انجام رساندن درست شغل و برتری کسب موفقیت در رقابت های شغلی را آسان می کند (Batjargal, 2003; Benson, 1998).

Coleman (1990) در آخرین مطالعه خود به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی، سرمایه انسانی و رشد اقتصادی پرداخته است و عنوان می کند یک رابطه تنگاتنگ بین سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی در اثر گذاری روی

آموزش کشاورزی و علوم باغبانی مورد بررسی، اصلاح و تایید قرار گرفت. برای تعیین پایایی ابزار تحقیق، آزمون پیشاهنگ انجام شد و مقدار آلفای کرونباخ با استفاده از نرم افزار SPSS نسخه ۱۶ برای قسمت‌های مختلف ۰/۸۷ محاسبه شد. برای تجزیه و تحلیل و تفسیر داده‌ها از آمار توصیفی نظیر فراوانی، درصد، میانگین، انحراف معیار و آمارهای استنباطی مانند آزمون مقایسه میانگین، همبستگی و رگرسیون خطی استفاده شد.

نتایج و بحث

ویژگی‌های فنی و حرفه‌ای افراد

بر اساس یافته‌های به دست آمده سن نزدیک به یک سوم از افراد (۳۲/۳ درصد) بین ۳۱ تا ۴۰ سال دارند که با توجه به میانگین (۴۰/۲۴ سال) جمعیت نسبتاً جوانی را تشکیل می‌دهند. از نظر سطح تحصیلات، یافته‌های حاصل از این تحقیق تنها ۱۵/۷ درصد از توت‌فرنگی‌کاران تحصیلات دانشگاهی دارند، حدود ۳۰/۷ درصد نیز بی‌سواد بودند که در بین گروه‌ها بیشترین درصد را به خود اختصاص دادند. از لحاظ سابقه اشتغال، بیشتر از یک سوم افراد (۳۷/۸ درصد) دارای سابقه ۱۰ سال و کمتر می‌باشند و کمترین سابقه اشتغال مربوط به افراد دارای سابقه‌ی ۳۰ سال و بیشتر (۱۶/۵ درصد) می‌باشد. میانگین سابقه کاری نسبتاً بالایی (۱۸/۵۸ سال) دارند.

جدول ۱- ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای توت‌فرنگی‌کاران

(n=127)			
متغیر	سطوح متغیر	فراوانی	درصد
			درصد
			تجمعی
	≤ 30	۳۶	۲۸/۳
* سن (سال)	۳۱ - ۴۰	۴۱	۳۲/۳
	۴۱ - ۵۰	۱۶	۱۲/۶
	≥ 51	۳۴	۲۶/۸
	بی سواد	۳۹	۳۰/۷
تحصیلات	زیر دیپلم	۳۴	۲۶/۸
	دیپلم	۳۴	۲۶/۸
	بالتر از دیپلم	۲۰	۱۵/۷
	≤ 10	۴۸	۳۷/۸
سابقه اشتغال	۱۱ - ۲۰	۳۳	۲۶/۰
(سال) **	۲۱ - ۳۰	۲۵	۱۹/۷
	≥ 31	۲۱	۱۶/۵
			* میانگین: ۴۰/۲۴
			** میانگین: ۱۸/۵۸

سنجش قرار دهد. از این رو اهداف اختصاصی تحقیق عبارتند از:

- ۱- توصیف ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای توت‌فرنگی‌کاران؛
- ۲- توصیف مولفه‌های هشت گانه سرمایه اجتماعی؛
- ۳- تعیین میزان همبستگی بین متغیرهای سرمایه اجتماعی و رفتار کارآفرینی؛
- ۴- تعیین معادله رگرسیون خطی متغیر رفتار کارآفرینی؛

مواد و روش‌ها

این تحقیق از نظر ماهیت از نوع پژوهش‌های کمی محسوب می‌شود و از نظر هدف از نوع کاربردی است. به لحاظ روش‌های دستیابی به حقایق و داده پردازی، از نوع تحقیقات توصیفی- همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش را کشاورزان توت‌فرنگی‌کار شهرستان سروآباد تشکیل دادند که میزان اراضی زیر کشت توت‌فرنگی آنها بیش از ۰/۵ هکتار بود. تعداد جامعه آماری مورد مطالعه بر اساس آخرین آمار مدیریت جهاد کشاورزی شهرستان سروآباد (فروردین ۱۳۸۹) ۹۳ نفر بود. که با استفاده از جدول Kerjcie & Morgan (1970) ۱۲۷ نفر از کشاورزان به عنوان نمونه انتخاب شدند (n=127). و به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده مورد مطالعه قرار گرفتند. ابزار اصلی تحقیق در مرحله میدانی پرسشنامه- ای در سه بخش بود: بخش اول که ۶۰ گویه را شامل می‌شد در قالب طیف لیکرت ۵ قسمتی، مؤلفه‌های هشت‌گانه سرمایه اجتماعی (مشارکت در اجتماع محلی، عمل‌گرایی در یک بافت اجتماعی، احساس اعتماد و امنیت، پیوندهای همسایگی، پیوندهای دوستی و خانوادگی، ظرفیت پذیرش تفاوت‌ها، بها دادن به زندگی و پیوندهای کاری) را می‌سنجید. در این بخش پرسشنامه استاندارد Ounyx & Bullen (2000) مبنای کار قرار گرفت و متناسب با ویژگی‌های توت‌فرنگی‌کاران تعدیل گردید. بخش دوم که ۲۰ گویه را شامل می‌شد از پرسشنامه Linan & Chen (2009) جهت سنجش رفتار کارآفرینی استفاده شد و در بخش سوم، ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای کشاورزان در قالب سوالات باز و بسته مورد بررسی قرار گرفتند. روایی ظاهری و محتوایی ابزار تحقیق توسط پانلی از متخصصان ترویج و

جدول ۳- مقایسه میانگین سطح تحصیلات با رفتار کارآفرینی مخاطبان با آزمون کروسکال والیس (n=۱۲۷)

سطح معنی داری	χ^2	درجه آزادی	میانگین رتبه‌های	تعداد	سطح	پایه
۰/۰۰۱	۳۹/۴**	۳	۳۹/۷۴	۳۹	بی سواد	
			۵۹/۹۳	۳۴	تحصیلات زیر دیپلم	
			۸۱/۶۲	۳۴	دیپلم	
			۸۸/۲۸	۲۰	فوق دیپلم و بالاتر	

$P \leq 0.01$ **

همبستگی بین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی و رفتار کارآفرینی

در جدول (۴) همبستگی هر یک از مقوله‌های سرمایه اجتماعی با متغیر رفتار کارآفرینی مشاهده می‌شود. در این جدول از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شده است. بر این اساس، مؤلفه‌های بها دادن به زندگی، احساس امنیت و اعتماد، مشارکت در اجتماعات محلی، پیوندهای کاری و ظرفیت پذیرش تفاوت‌ها با رفتار کارآفرینی ارتباط مثبت و معنی‌دار دارند. به عبارتی کشاورزانی که به زندگی بهای بیشتری می‌دهند، احساس امنیت بیشتری دارند، در اجتماع مشارکت بیشتری دارند، از نظر کاری پیوندها بهتری برقرار می‌کنند و ظرفیت بالایی در پذیرش تفاوت‌ها داشته باشند دارای رفتار کارآفرینی بالاتری هستند.

جدول ۴- همبستگی میان مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی با رفتار کارآفرینانه (n=۱۲۷)

متغیر	r_s	sig
مشارکت در اجتماعات محلی	۰/۲۷**	۰/۰۰
عملگرایی در بافت اجتماعی	۰/۰۸	۰/۲۳
احساس امنیت و اعتماد	۰/۲۲**	۰/۰۰
پیوند های همسایگی	۰/۱۱	۰/۱۸
دوستی و روابط خانوادگی	۰/۰۹	۰/۲۱
ظرفیت پذیرش تفاوت‌ها	۰/۲۰**	۰/۰۱
بها دادن به زندگی	۰/۵۱**	۰/۰۰
پیوند های کاری	۰/۲۸**	۰/۰۱

DW= ۱/۹۶ Sig = ۰/۰۰۱ F= ۲۷/۴۱

$P \leq 0.05$ *

اولویت‌بندی مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی

همانطوری که در جدول (۲) مشاهده می‌شود، مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی شامل: احساس امنیت و اعتماد، مشارکت در اجتماعات محلی، دوستی و روابط خانوادگی، عمل‌گرایی در بافت اجتماعی، پیوندهای همسایگی، بهاء دادن به زندگی، پیوندهای کاری و ظرفیت پذیرش تفاوت‌ها می‌باشد که میزان این مؤلفه‌ها در بین توت فرنگی‌کاران به صورتی است که احساس امنیت و اعتماد بین کشاورزان با ضریب تغییرات ۰/۱۰۵ در سطح بالاتری نسبت به دیگر مؤلفه‌ها می‌باشد. همچنین توت فرنگی‌کاران کمترین ظرفیت پذیرش تفاوت‌ها با ضریب تغییرات ۰/۱۸۶ را داشتند.

جدول ۲- اولویت بندی مؤلفه‌های شکل دهنده سرمایه اجتماعی توت فرنگی‌کاران (n=۱۲۷)

مؤلفه	میانگین * انحراف معیار	ضریب تغییرات	اولویت
احساس امنیت و اعتماد	۳/۷۹	۰/۴۰	۱
مشارکت در اجتماعات محلی	۳/۷۶	۰/۴۰	۲
دوستی و روابط خانوادگی	۳/۷۴	۰/۴۰	۳
عملگرایی در بافت اجتماعی	۳/۹۵	۰/۴۴	۴
پیوند های همسایگی	۳/۹۸	۰/۴۹	۵
بها دادن به زندگی	۴/۱۸	۰/۵۸	۶
پیوند های کاری	۳/۹۲	۰/۶۲	۷
ظرفیت پذیرش تفاوت‌ها	۳/۶۵	۰/۶۸	۸

* ۱. خیلی کم ۲. کم ۳. تا حدودی ۴. زیاد ۵. خیلی زیاد

مقایسه میانگین سواد با رفتار کارآفرینی

برای بررسی تاثیر سطح تحصیلات توت فرنگی‌کاران بر رفتار کارآفرینی آنها از آزمون کروسکال والیس استفاده شد. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که در سطح یک درصد اختلاف معنی‌داری بین سطح تحصیلی توت فرنگی‌کاران و رفتار کارآفرینی وجود دارد. همچنین کشاورزان دارای سطح تحصیلات دانشگاهی، رفتار کارآفرینی بالاتری با میانگین رتبه‌ای ۸۸/۲۸ نسبت به سایر کشاورزان دارند (جدول ۳).

تحلیل رگرسیون چندگانه

با توجه به اینکه مقدار آماره دوربین- واتسون (DW) در این تحقیق ۱/۹۶ می‌باشد که بین ۱/۵ و ۲/۵ می‌باشد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که بین خطاها همبستگی وجود ندارد و می‌توان از رگرسیون استفاده کرد. به منظور تعیین معادله رگرسیون عوامل مؤثر در رفتار کارآفرینی بر اساس مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی، از رگرسیون گام به گام استفاده شد. نتایج به دست آمده در جدول (۵) نشان می‌دهد که در اولین گام مؤلفه‌های بها دادن به زندگی وارد معادله گردید در دومین گام مؤلفه احساس امنیت و اعتماد وارد گردید و نهایتاً در گام آخر مؤلفه مشارکت در اجتماعات محلی معادله این پژوهش را تکمیل کرد.

به طور کلی رابطه مثبتی در سطح معنی‌داری یک درصد بین سرمایه اجتماعی به صورت کل و میزان رفتار کارآفرینانه توت فرنگی کاران وجود دارد به طوری که هرچه سرمایه اجتماعی کشاورزان بیشتر باشد رفتار کارآفرینانه آنان افزایش می‌یابد ($F = 27/41$ ، $p < 0.01$ ، $Sig =$

جدول ۵- تحلیل رگرسیون عوامل مؤثر در رفتار کارآفرینانه

بر اساس مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی ($n = 127$)				
متغیر	B	Beta	T	Sig
عدد ثابت	-۱۳/۹۳		-۲/۳۹	۰/۰۱
بها دادن به زندگی	۴/۶۹	۰/۵۵	۷/۷۸	۰/۰۰۱
مشارکت در اجتماعات محلی	۰/۳۰	۰/۲۴	۳/۲۴	۰/۰۱
احساس امنیت و اعتماد	۰/۵۰	۰/۲۲	۳/۱۱	۰/۰۲

$$R = 0.63 \quad R^2 = 0.40 \quad R_{AD} = 0.38$$

$$Y = -13/93 + 4/69 X_1 + 0.30 X_2 + 0.50 X_3$$

ضریب همبستگی چندگانه (R) در این تحلیل برابر ۰/۶۳ و ضریب تعیین (R^2) برابر ۰/۴۰ است که نشان می‌دهد متغیرهای بها دادن به زندگی، مشارکت در اجتماعات محلی و احساس اعتماد و امنیت، ۴۰ درصد از تغییرات متغیر میزان رفتار کارآفرینی کشاورزان توت فرنگی کار را تبیین می‌کنند.

نتیجه‌گیری، بحث و پیشنهادها

بررسی یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد درصد کمی از توت فرنگی کاران دارای تحصیلات دانشگاهی هستند

با توجه به نتایج حاصل از آزمون مقایسه میانگین‌ها بین سطح سواد و رفتار کارآفرینی، پیشنهاد می‌شود نیازهای آموزشی توت فرنگی کاران شناسایی شود و اولویت‌بندی نیازها بررسی شود تا زمینه‌سازی لازم جهت بالا بردن سطح سواد و دانش کاربردی افراد صورت بگیرد. همچنین با توجه به معنی‌داری سطح تحصیلات توت‌فرنگی کاران با رفتار کارآفرینی آنها توصیه می‌شود، فرصت‌های ویژه‌ای جهت راه اندازی کسب و کار برای قشرهای دارای تحصیلات دانشگاهی فراهم شود. بنابراین در صورت توجه مسئولین به این گروه‌ها می‌توان این رفتار را در آنها تقویت کنند تا موجب توسعه‌ی منطقه گردد. که این نتایج همسو با نتایج Coleman (1990) که نشان می‌دهد در جوامعی که مردم آن از تحصیلات بالایی برخوردارند، سرمایه اجتماعی بالاتری نیز دارند و به تبع آن تأثیر چنین سرمایه اجتماعی‌ای اجتناب‌ناپذیر است.

بر اساس نتایج معلوم گردید که میزان سرمایه اجتماعی در بین کشاورزان توت فرنگی کار شهرستان سروآباد در حد متوسط می‌باشد. احساس امنیت و اعتماد و مشارکت در اجتماعات محلی در بین کشاورزان زیادتر از بقیه مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی بود. ولی ظرفیت پذیرش تفاوت‌ها پایین برآورد گردید. لازم است برای راه اندازی کارهای گروهی از کشاورزان محلی استفاده شود.

تشویق و تشکیل گروه‌ها و انجمن‌های حرفه‌ای در بین کشاورزان، تشویق به ایجاد و تقویت نهادهای اجتماعی یکی از راه‌حل‌های افزایش سرمایه اجتماعی است. افراد در قالب نهادهای اجتماعی دارای هویت مشترکی می‌گردند و زمینه همکاری‌های گروهی در آن‌ها تقویت می‌شود.

یافته‌ها نشان داد که سرمایه اجتماعی با رفتار کارآفرینی ارتباط مثبت و معنی‌دار دارد. این ارتباط بیان می‌کند که هرچه سرمایه اجتماعی بیشتر باشد، رفتار کارآفرینی کشاورزان افزایش می‌یابد. از آن جایی که کارآفرینی از ملزومات توسعه کشاورزی است، پیشنهاد می‌شود با طراحی برنامه‌هایی در قالب برنامه‌های پنج ساله توسعه مسئولین در صدد بالا بردن سرمایه‌های اجتماعی کشاورزان باشند.

REFERENCES

1. Ahmadpourdaryani, M. (2007). *Entrepreneurship (definitions, theories, patterns)*. Pardis Publishing Co. 1379- 75. (In Farsi).
2. Akhtar mohagheghi, M. (2007). *Social capital*, Tehran Publishing, PP 33-34. (In Farsi).
3. Bagozzi, R., Baumgartner, H. & Yi, Y. (1989). An investigation into the role of intentions as mediators of the attitude-behavior relationship. *Journal of Economic Psychology*, 10, 35-62.
4. Batjargal, B. (2003). Social capital and entrepreneurial performance in Russia: A longitudinal study. *Organization Studies*, 24, 535-556.
5. Benson, H., (1998). What determines success? Examining the human, financial, and social capital of Jamaican micro entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 13, 371-394.
6. Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13, 442-453.
7. Coleman, J. S., (1990). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, S95-S120
8. Cotton, J. (1990). *Enterprise education experience*. A manual for school based in service training, CASDEC.
9. Foukoyama, F. (2001). *End of order (Social capital and its maintenance)*, Translation; Gholamabas Tavasoli, First Edition, Tehran, Jameaye Iranyan Publishing. (In Farsi)
10. Fukuyama, F. (2001). Social capital, civic society and development. *Third World Quarterly*. 22, (1).
11. Heinonen, J., Sari Anne Poikkijoki & Vierikko Irma Vento (2005). *Entrepreneurship- an Opportunity for Academics: A Case Study of a Training Programme for Bioscience Researcher*; Turku School of Economics and Business Administration, Small Business Institute, Finland.
12. Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 3(1), 608.
13. Krueger, N. F., Reilly, M. D. & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions, *Journal of Business Venturing*, 15 411-432.
14. Linan, F. & Chen, Yi-W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33, 3-15.
15. Moghimi, M. (2004). *Entrepreneurship in governmental organization*. Tehran University entrepreneurship center publication. Tehran. (1 Ed), P. 307. (In Farsi).
16. Ounyx, J. & Bullen, P. (2000). Measuring social capital in five communities, *Journal of Applied Behavioural science*, 36, 23- 42.
17. Portes, A. (1998). Social Capital: its origins and applications modern sociology, *Annual Review of Sociology*, 24(1), 1- 24.
18. Putnam, R. (1993). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
19. Saadat, rahman. (2009). *Estimation of trends in social capital in Iran. (Using fuzzy)*. (In Farsi).
20. Tajbakhsh, K. (2006). *Social capital; Trust, Democracy and Development*. Translation by Afshin khakbaz & hasan pouyan, Tehran, Shyrazeh Publishing. (In Farsi).
21. Tavasoli, Gh,A & Mousavi, M. (2006). *Investment in new ideas and concepts with emphasis on the classical theories of social capital*. PP 32. (In Farsi).
22. Tymon, W.G & Stumpf, S.A. (2003). *Social Capital in the success of Knowledge workers*, Career Development Turner International, pp. 12-20
23. Ulhoi, J.P. (2004). *The social dimensions of entrepreneurship*. DK- 8210 Aarhus V, Denmark Technovation.
24. Woodhouse, A. (2006). Social Capital and economic development in regional Australia: A Case study, *Journal of Rural Studies*, 22, 83- 94.
25. Woolcock, M. & Narayan, D. (2000). Social Capital: Implications for development theory, research, and policy, *World Bank Research observer*, 15(2), 225- 49.
26. Coleman, J.S. (1998). Social capital in the creation of human capital, *American Journal of Sociology*, 94, S95-S120.