Sari Agriculture Sciences and Natural Resources University

Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture Vol. 12, Issue 2, 2025 p: 15-30

OPEN ACCESS

Research Paper

# Cognitive, Social, and Demographic Drivers of Agricultural Entrepreneurship: Evidence from Resource-Based Economies Using GEM Data

**Mohsen Mohammadi Khyareh**

Associate Professor of Economics, Department of Economics, Gonbad Kavous University, Gonbad Kavous, Iran, (Corresponding author: m.mohamadi@gonbad.ac.ir)

Received: 29 January, 2025 Revised: 6 April, 2025 Accepted: 26 May, 2025

## Extended Abstract

**Background**: Agricultural entrepreneurship represents a cornerstone of sustainable economic transformation in resource-based economies (RBEs) and factor-driven economies (FDEs). Beyond its direct contribution to agricultural productivity, it plays a pivotal role in promoting rural development, food security, income diversification, and innovation diffusion. In RBEs, agricultural entrepreneurship often emerges as both a necessity and an opportunity, shaped by the interplay between abundant natural resources, labor availability, and institutional weaknesses. However, despite its critical relevance to sustainable development and structural transformation, empirical evidence on the micro-level determinants of agricultural entrepreneurship within such contexts remains scarce. The global entrepreneurship literature has predominantly focused on advanced or efficiency-driven economies, overlooking the cognitive, social, and demographic foundations of entrepreneurial entry in agriculture-dependent regions.

This study addresses this gap by developing and empirically testing an integrated analytical framework that examines how cognitive, social, and demographic factors jointly shape individuals' decisions to engage in nascent agricultural entrepreneurship. Specifically, it focuses on three cognitive determinants—opportunity perception, self-efficacy, and fear of failure—and a key social variable, networking, while controlling for age, gender, education, and household income. By so doing, the research contributes to a more nuanced understanding of how individual-level attributes interact with structural and institutional features in RBEs to influence entrepreneurial activity. The study also introduces a comparative, cross-country perspective by utilizing harmonized data from the Global Entrepreneurship Monitor (GEM), enabling a broader understanding of heterogeneity across emerging and resource-based settings.

**Methods**: The analysis employs a quantitative, cross-sectional research design, using pooled data from the *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* Adult Population Survey (APS) spanning 2018–2022. The GEM dataset is particularly suited for this inquiry, as it provides standardized measures of entrepreneurial behavior, perceptions, and contextual factors across countries, allowing for robust cross-national comparison. The final sample comprises 1,200 working-age individuals (18–64 years) from five selected resource-based economies: India, Kazakhstan, Iran, Vietnam, and Madagascar. These countries were chosen based on their shared characteristics of natural resource dependency, transitional institutional frameworks, and varying levels of agricultural reliance.

The dependent variable, *entry into nascent agricultural entrepreneurship*, is operationalized as a binary outcome (1 = engaged in starting an agricultural venture, 0 = otherwise). Independent variables include three cognitive factors—opportunity perception, self-efficacy, and fear of failure—and one measure of social capital, *networking*, all coded as binary indicators following GEM standards. Demographic control variables comprise age (continuous), gender (binary), education level (four dummy variables: primary, secondary, post-secondary, and university), and household income level (two dummy variables based on national income tertiles).

A binary logistic regression (Logit) model is employed to estimate the probability of entrepreneurial entry. Diagnostic tests, including the Hosmer-Lemeshow goodness-of-fit test and Variance Inflation Factor (VIF) analysis, confirm model adequacy and the absence of multicollinearity. Competitive hypotheses are tested to evaluate the relative strength of cognitive versus social factors, enabling an assessment of whether opportunity recognition or social embeddedness serves as the dominant driver of entrepreneurial engagement in agricultural contexts.

Copyright ©2025 Mohammadi Khyareh. Published by Sari Agricultural Sciences and Natural Resources University.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 Unported License which allows users to read, copy, distribute and make derivative works for non-commercial purposes from the material, as long as the author of the original work is cited properly.

[ Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08 ]

[ DOI: 10.61882/jea.2025.427 ]

**Results**: The empirical results underscore the primacy of cognitive drivers in shaping agricultural entrepreneurial entry. Among these, *opportunity perception* emerged as the most influential factor, surpassing the effect of *self-efficacy*. This suggests that, in resource-based economies, identifying viable agricultural opportunities constitutes a more decisive trigger for entrepreneurship than the belief in one's entrepreneurial competence. The finding aligns with the notion that, in environments characterized by institutional fragility and limited access to capital, cognitive alertness and opportunity recognition are critical precursors to action.

Interestingly, *fear of failure* exhibited no statistically significant relationship with entrepreneurial entry, implying that necessity-driven motives—often rooted in employment scarcity and income insecurity—mitigate the deterrent effect of risk aversion. The analysis also reveals that while *networking* positively influences the probability of starting an agricultural venture, its effect size remains lower than that of the key cognitive variables. This outcome contradicts the hypothesis that social capital supersedes cognitive drivers in resource-constrained contexts, suggesting that while networks facilitate access to information and informal resources, individual cognitive orientation remains the critical initiating factor.

Among demographic controls, *age* negatively affects entrepreneurial likelihood, indicating that younger individuals are more inclined toward agricultural start-ups. *Gender* exerts a significant influence, with males being 1.73 times more likely to engage in agricultural entrepreneurship than females, reflecting enduring structural and cultural barriers to female participation in agribusiness. *Education* exhibits a positive and significant effect, highlighting that higher educational attainment—particularly university-level education—enhances the capacity to identify and exploit agricultural opportunities. Conversely, *household income level* does not significantly affect the probability of entrepreneurial entry, suggesting that financial constraints are relatively uniform across the observed sample or that informal financing mechanisms partly offset income disparities.

**Conclusion**: The findings of this research provide novel empirical evidence on the determinants of agricultural entrepreneurship in resource-based economies. They reveal that entrepreneurial entry in agriculture is predominantly driven by cognitive processes—particularly opportunity recognition—rather than by social embeddedness or fear-based behavioral constraints. This insight challenges conventional views emphasizing the primacy of social capital in entrepreneurship and highlights the importance of cognitive capabilities as the central axis of entrepreneurial decision-making in low- and middle-income settings.

Theoretically, this study advances the literature by illustrating the *context dependency* of entrepreneurial drivers. It demonstrates that the relative influence of cognitive, social, and demographic factors is contingent upon broader structural features, such as institutional quality, market maturity, and the nature of economic incentives. The integration of cognitive and social perspectives into a unified model offers a more holistic understanding of entrepreneurial behavior in developing and resource-based contexts.

From a policy standpoint, the results carry several important implications. First, strengthening *market information systems* and *digital infrastructure* can enhance opportunity recognition by improving access to timely, relevant data on agricultural markets and technologies. Second, embedding *entrepreneurship education* within agricultural training programs can boost self-efficacy and technical competence, thereby nurturing a more proactive and innovative entrepreneurial culture. Third, targeted interventions are required to overcome *gender-specific barriers*, including limited access to credit, land, and training opportunities for women. Finally, fostering youth-oriented entrepreneurship initiatives can help channel the dynamism of younger populations into sustainable agribusiness ventures.

**Keywords:** Agricultural Entrepreneurship, Cognitive Drivers, Factor-Driven Economies, GEM Data

**How to Cite this Article:** Mohammadi Khyareh, M. (2025). Cognitive, Social, and Demographic Drivers of Agricultural Entrepreneurship: Evidence from Resource-Based Economies Using GEM Data. *J Entrepreneurial Strategies Agric,* 12(2), 15-30. DOI: 10.61882/jea.2025.427

[ Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08 ]

[ DOI: 10.61882/jea.2025.427 ]

مقاله پژوهشی

# محرک‌های شناختی، اجتماعی و جمعیتی کارآفرینی کشاورزی: شواهدی از اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید با استفاده از داده‌های GEM

**محسن محمدی خیاره**

دانشیار، گروه علوم اقتصادی، دانشگاه گنبدکاووس، گنبدکاووس، ایران، (نویسنده مسوول: m.mohamadi@gonbad.ac.ir)

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۱۰ تاریخ ویرایش: ۱۴۰۴/۰۱/۱۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۳/۰۵
صفحه ۱۵ تا ۳۰

## چکیده مبسوط

**مقدمه و هدف:** کارآفرینی کشاورزی یکی از ارکان اساسی تحول اقتصادی پایدار در اقتصادهای مبتنی بر منابع طبیعی (RBEs) و اقتصادهای مبتنی بر عوامل تولید (FDEs) محسوب می‌شود. این نوع کارآفرینی علاوه بر نقش مستقیم خود در افزایش بهره‌وری کشاورزی، نقشی محوری در توسعه روستایی، امنیت غذایی، تنوع درآمد و انتشار نوآوری دارد. در اقتصادهای مبتنی بر منابع، کارآفرینی کشاورزی اغلب به‌عنوان ضرورتی اقتصادی و درعین‌حال فرصتی اجتماعی پدیدار می‌شود که از تعامل میان وفور منابع طبیعی، عرضه نیروی کار و ضعف‌های نهادی شکل می‌گیرد. با این حال، با وجود اهمیت حیاتی آن برای توسعه پایدار و تحول ساختاری، شواهد تجربی در مورد عوامل تعیین‌کننده خردِ کارآفرینی کشاورزی در چنین بسترهایی هنوز اندک است. ادبیات جهانی کارآفرینی عمدتاً بر اقتصادهای پیشرفته یا کارایی‌محور متمرکز است و از بررسی بنیان‌های شناختی، اجتماعی و جمعیت‌شناختی ورود کارآفرینان در مناطق وابسته به کشاورزی غفلت کرده است. این مطالعه به این خلأ پاسخ می‌دهد و چارچوب تحلیلی یکپارچه‌ای را توسعه داده، به‌صورت تجربی آزمون می‌کند تا بررسی نماید که چگونه عوامل شناختی، اجتماعی و جمعیت‌شناختی به‌طور مشترک تصمیم افراد را برای ورود به کارآفرینی نوپای کشاورزی شکل می‌دهند. تمرکز اصلی بر سه متغیر شناختی – ادراک فرصت، خودکارآمدی، و ترس از شکست – و یک متغیر اجتماعی کلیدی یعنی شبکه‌سازی است، در حالی که متغیرهای سن، جنسیت، تحصیلات و درآمد خانوار به‌عنوان کنترل لحاظ شده‌اند. بدین‌ترتیب، پژوهش حاضر درک دقیق‌تری از تعامل میان ویژگی‌های فردی با ساختارهای نهادی و محیطی در اقتصادهای مبتنی بر منابع ارائه می‌دهد. همچنین، این پژوهش با بهره‌گیری از داده‌های هماهنگ‌شده پروژه «نظرسنجی جمعیت بزرگسال» در چارچوب پایگاه داده «پایش جهانی کارآفرینی (GEM)»، دیدگاه مقایسه‌ای بین‌کشوری را به کار می‌گیرد تا ناهمگنی میان اقتصادهای نوظهور و مبتنی بر منابع را روشن سازد.

**مواد و روش‌ها:** تحلیل حاضر از یک طرح پژوهشی کمی و مقطعی بهره می‌گیرد که از داده‌های تجمیعی پایگاه GEM برای دوره ۲۰۲۲–۲۰۱۸ استفاده می‌کند. این مجموعه داده به‌دلیل ارائه شاخص‌های استانداردشده از رفتار و نگرش کارآفرینانه در کشورها، به‌ویژه برای مقایسه‌های میان‌کشوری، بسیار مناسب است. نمونه نهایی شامل ۱۲۰۰ نفر از افراد در سن کار (۱۸ تا ۶۴ سال) از پنج اقتصاد مبتنی بر منابع طبیعی است: هند، قزاقستان، ایران، ویتنام و ماداگاسکار. انتخاب این کشورها بر اساس اشتراک در ویژگی‌هایی همچون وابستگی به منابع طبیعی، ساختارهای نهادی در حال گذار و درجات متفاوت اتکای اقتصادی به کشاورزی انجام شده است. متغیر وابسته، ورود به کارآفرینی نوپای کشاورزی، به‌صورت متغیر دوحالته تعریف شده است (۱ = مشارکت در راه‌اندازی فعالیت کشاورزی، ۰ = غیر از آن). متغیرهای مستقل شامل سه عامل شناختی (ادراک فرصت، خودکارآمدی و ترس از شکست) و یک شاخص سرمایه اجتماعی (شبکه‌سازی) است که همگی به‌صورت شاخص‌های دوحالته و بر اساس استاندارد GEM کدگذاری شده‌اند. متغیرهای کنترلی شامل سن (پیوسته)، جنسیت (دوحالته)، سطح تحصیلات (چهار متغیر مجازی برای ابتدایی، متوسطه، پسادبیرستان و دانشگاه) و سطح درآمد خانوار (دو متغیر مجازی بر اساس سه‌کات درآمدی ملی) هستند. برای برآورد احتمال ورود به کارآفرینی، از مدل رگرسیون لوجیت دودویی استفاده شده است. آزمون‌های تشخیصی شامل آزمون نیکویی برازش هاسمر– لمشو و تحلیل عامل تورم واریانس (VIF) نشان‌دهنده کفایت مدل و نبود هم‌خطی چندگانه هستند. فرضیه‌های رقابتی برای سنجش قدرت نسبی عوامل شناختی در برابر عوامل اجتماعی آزمون شده‌اند تا مشخص شود کدام دسته از محرک‌ها – ادراک فرصت یا عوامل اجتماعی – در تبیین ورود به کارآفرینی کشاورزی غالب است.

**یافته‌ها:** نتایج تجربی بر نقش محوری عوامل شناختی در شکل‌گیری ورود به کارآفرینی کشاورزی تأکید دارند. در میان آن‌ها، *ادراک فرصت* قوی‌ترین تأثیر را نشان داده است، که از اثر خودکارآمدی فراتر می‌رود. این یافته حاکی از آن است که در اقتصادهای مبتنی بر منابع، شناسایی فرصت‌های واقعی کشاورزی نسبت به باور به توانایی فردی در کارآفرینی، نقش تعیین‌کننده‌تری دارد. این امر با دیدگاهی هم‌راستا است که در محیط‌های نهادی شکننده و دارای محدودیت مالی، هوشیاری شناختی و توان تشخیص فرصت‌ها پیش‌شرط‌های اصلی اقدام کارآفرینانه محسوب می‌شوند. جالب آنکه *ترس از شکست* رابطه معناداری با ورود به کارآفرینی نداشته است، که نشان می‌دهد انگیزه‌های ناشی از ضرورت – که ریشه در کمبود فرصت شغلی و ناامنی درآمدی دارند – اثر بازدارنده ریسک‌گریزی را کاهش می‌دهند. تحلیل همچنین نشان می‌دهد که *شبکه‌سازی* تأثیر مثبتی بر احتمال آغاز فعالیت کشاورزی دارد، اما اندازه اثر آن کمتر از متغیرهای شناختی است. این نتیجه فرضیه غلبه سرمایه اجتماعی بر عوامل شناختی در محیط‌های محدود از نظر منابع را رد می‌کند و نشان می‌دهد هرچند شبکه‌ها دسترسی به اطلاعات و منابع غیررسمی را تسهیل می‌کنند، اما جهت‌گیری شناختی فردی همچنان عامل آغازین اصلی است. در میان متغیرهای جمعیت‌شناختی، *سن* تأثیر منفی بر احتمال کارآفرینی دارد؛ یعنی افراد جوان‌تر تمایل بیشتری به شروع فعالیت‌های کشاورزی دارند .*جنسیت* اثر معناداری نشان داده است، به‌گونه‌ای که مردان ۱/۷۳ برابر بیش از زنان احتمال ورود به کارآفرینی کشاورزی دارند، که بازتابی از موانع ساختاری و فرهنگی پایدار در مشارکت زنان در کشاورزی است .*تحصیلات* اثر مثبت و معناداری دارد و نشان می‌دهد که سطوح بالاتر تحصیلی، به‌ویژه آموزش دانشگاهی، توانایی شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های کشاورزی را افزایش می‌دهد. در مقابل، درآمد خانوار تأثیر معناداری ندارد، که می‌تواند ناشی از همسانی نسبی محدودیت‌های مالی میان نمونه‌ها یا نقش جبران‌کننده تأمین مالی غیررسمی باشد.

**نتیجه‌گیری:** یافته‌های این پژوهش شواهد تجربی جدیدی درخصوص عوامل مؤثر بر کارآفرینی کشاورزی در اقتصادهای مبتنی بر منابع ارائه می‌دهند. نتایج نشان می‌دهند که ورود به کارآفرینی در کشاورزی عمدتاً از فرآیندهای شناختی – به‌ویژه ادراک فرصت – ناشی می‌شود، نه از عوامل اجتماعی یا محدودیت‌های رفتاری ناشی از ترس. این نتیجه دیدگاه‌های رایج مبنی بر برتری سرمایه اجتماعی در کارآفرینی را به چالش می‌کشد و بر اهمیت توانایی‌های شناختی به‌عنوان محور اصلی تصمیم‌گیری کارآفرینانه در کشورهای با درآمد پایین و متوسط تأکید دارد.

از منظر نظری، این پژوهش با نشان دادن وابستگی زمینه‌ای محرک‌های کارآفرینی گامی پیشرو محسوب می‌شود. یافته‌ها بیانگر آن هستند که تأثیر نسبی عوامل شناختی، اجتماعی و جمعیت‌شناختی تابعی از ویژگی‌های ساختاری گسترده‌تر نظیر کیفیت نهادی، بلوغ بازار و نوع مشوق‌های اقتصادی است. ادغام دیدگاه‌های شناختی و اجتماعی در قالب یک مدل واحد، درک جامع‌تری از رفتار کارآفرینانه در محیط‌های در حال توسعه و وابسته به منابع ارائه می‌دهد.

[ Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08 ]

[ DOI: 10.61882/jea.2025.427 ]

از منظر سیاست‌گذاری، نتایج این پژوهش حاوی چند پیام کلیدی هستند. تقویت نظام‌های اطلاعات بازار و زیرساخت‌های دیجیتال می‌تواند از طریق بهبود دسترسی به داده‌های به‌موقع و مرتبط در حوزه بازارها و فناوری‌های کشاورزی، به ارتقای ادراک فرصت منجر شود. گنجاندن آموزش کارآفرینی در برنامه‌های آموزشی کشاورزی نیز به افزایش خودکارآمدی و مهارت‌های فنی انجامیده، زمینه‌ساز شکل‌گیری فرهنگ کارآفرینی فعال‌تر و نوآورانه‌تر خواهد بود. همچنین، طراحی سیاست‌های هدفمند برای رفع موانع جنسیتی، از جمله محدودیت زنان در دسترسی به اعتبار، زمین و آموزش، ضرورتی انکارناپذیر است. در نهایت، توسعه برنامه‌های کارآفرینی ویژه جوانان می‌تواند پویایی این قشر را در مسیر ایجاد کسب‌وکارهای پایدار کشاورزی هدایت کند.

**واژه‌های کلیدی:** اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید، داده‌های GEM، کارآفرینی کشاورزی، محرک‌های شناختی

## مقدمه

کارآفرینی کشاورزی، علی‌رغم نقش حیاتی آن به‌عنوان یکی از ارکان کلیدی توسعه اقتصادی، به‌ویژه در اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید[1]، با چالش‌های منحصربه‌فردی در مسیر تحقق پتانسیل کامل خود مواجه است. در این کشورها، بخش کشاورزی نه‌تنها ستون فقرات امنیت غذایی و معیشت روستایی است، بلکه به‌طور سنتی سهم قابل‌توجهی از اشتغال و تولید ناخالص داخلی (GDP) را نیز به‌خود اختصاص می‌دهد (World Bank, 2022). در چنین بستری، کارآفرینی در بخش کشاورزی فراتر از تولید صرف عمل کرده، به‌عنوان یک کاتالیزور قدرتمند برای پیشبرد نوآوری، تنوع‌بخشی به منابع درآمدی خانوارها، توسعه پایدار روستایی و کاهش فقر شناخته می‌شود (Alsos *et al.,* 2011; Shane & Venkataraman, 2000). اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید که اغلب در حال گذار ساختاری هستند، در مسیر تقویت و ترویج کارآفرینی کشاورزی با مجموعه‌ای از چالش‌ها و فرصت‌های منحصربه‌فرد روبرو هستند. از یک سو، چالش‌هایی نظیر کمبود زیرساخت‌های فیزیکی و مالی، دسترسی محدود به اعتبار و سرمایه، و وجود موانع پیچیده نهادی و نظارتی، مسیر کارآفرینان را دشوار می‌سازد (Poulton *et al.,* 2006). از سوی دیگر، فرصت‌هایی چون وجود نیروی کار فراوان، بازارهای داخلی بکر و رو به رشد، و تأکید روزافزون جهانی و ملی بر توسعه پایدار و کشاورزی ارگانیک، زمینه‌های مساعدی را برای شکوفایی این حوزه فراهم می‌آورند (Baumol, 1996; Schnell *et al.,* 2017). با توجه به این پس‌زمینه پیچیده، شناسایی و تحلیل علمی محرک‌های شناختی، اجتماعی و جمعیتی که افراد را به‌سمت فعالیت‌های کارآفرینانه در بخش کشاورزی سوق می‌دهند، به یک ضرورت انکارناپذیر برای سیاست‌گذاران، نهادهای توسعه‌ای و پژوهشگران تبدیل شده است. درک عمیق این عوامل پیشران، پیش‌نیاز اساسی برای طراحی سیاست‌های مؤثر و مداخلات هدفمندی است که بتواند به آزادسازی پتانسیل کامل کارآفرینی کشاورزی در این اقتصادها یاری رساند (Audretsch *et al.,* 2007; Hill *et al.,* 2022).

اهمیت کارآفرینی در بخش کشاورزی به مراتب فراتر از شاخص‌های صرفاً اقتصادی است و ابعاد کلیدی اجتماعی و زیست‌محیطی را در بر می‌گیرد. این رویکرد چندبعدی، نقش محوری این بخش را در دستیابی به اهداف توسعه پایدار (SDGs) برجسته می‌سازد (Luyckx & Reins, 2022). در واقع، کارآفرینی کشاورزی با تلفیق رویکردهای نوآورانه در توسعه زنجیره ارزش، یکپارچه‌سازی فناوری‌های نوین[2] و بهینه‌سازی پایدار منابع، از برداشت‌های سنتی از زراعت فراتر می‌رود (Lans *et al.,* 2014). بر این اساس، هدف غایی از ترویج کارآفرینی کشاورزی، نه صرفاً افزایش کمّی تولیدات، بلکه ایجاد یک تحول کیفی در شیوه‌های کشاورزی به‌منظور همسویی با تقاضاهای اقتصادی مدرن و الزامات پایداری است (McElwee, 2008).

علی‌رغم مطالعات گسترده در زمینه کارآفرینی کشاورزی در اقتصادهای توسعه‌یافته، درک ما از پویایی‌های منحصربه‌فرد حاکم بر اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید همچنان محدود است (Alsos *et al.,* 2011). این خلاء پژوهشی از آن جهت حائز اهمیت است که ویژگی‌های متمایز این اقتصادها، تعمیم یافته‌های پیشین را با چالش مواجه ساخته‌اند و نیازمند تحقیقاتی زمینه‌محور برای سیاست‌گذاری مؤثر است. اگرچه مطالعات پیشین بر اهمیت عوامل شناختی (مانند ادراک فرصت و خودکارآمدی) و عوامل اجتماعی (مانند سرمایه اجتماعی و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی) در شکل‌دهی به رفتار کارآفرینانه تأکید کرده‌اند، اما بخش بزرگی از این پژوهش‌ها یا بر کارآفرینی در معنای عام و یا بر عملکرد کسب‌وکارهای کشاورزی مستقر متمرکز بوده‌اند. در نتیجه، درک ما از محرک‌های ورود به فعالیت‌های کارآفرینی نوپا[3] در بخش کشاورزی، به‌ویژه در زمینه‌های اقتصادی خاص، همچنان با شکاف قابل‌توجهی روبرو است (Jamshidi *et al.,* 2023; Sardar Shahraki *et al.,* 2023). مسئله اصلی این است که بخش عمده‌ای از این یافته‌ها، محصول تحقیقات در بستر اقتصادهای توسعه‌یافته هستند؛ زمینه‌هایی که چارچوب‌های نهادی، اقتصادی و اجتماعی آن‌ها تفاوت‌های بنیادینی با کشورهای در حال توسعه و به‌طور خاص، اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید دارند. برای مثال، Pindado & Sánchez (2017) در مطالعه خود بر روی کارآفرینان کشاورزی در اسپانیا به این نتیجه رسیدند که ابعاد شناختی سرمایه اجتماعی (مانند اعتماد و هنجارهای مشترک) نسبت به ابعاد ساختاری آن (اندازه شبکه)، پیش‌بینی‌کننده قوی‌تری برای تصمیم به شروع یک فعالیت کارآفرینانه بودند. این یافته، هرچند ارزشمند، به‌شدت وابسته به زمینه اروپایی است و تعمیم مستقیم آن به اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید که ممکن است دارای ساختارهای اعتماد و شبکه‌های اجتماعی متفاوتی باشند، نیازمند بررسی دقیق و مستقل است. افزون بر این، برخی مطالعات دیگر که به بررسی عوامل کارآفرینی کشاورزی در سطح جهانی پرداخته‌اند، به‌دلیل مقیاس کلان

[1] طبقه‌بندی اقتصادها بر اساس سطح توسعه اقتصادی برگرفته از چارچوب مجمع جهانی اقتصاد (WEF) است. بر اساس این طبقه‌بندی، مرحله‌ی اقتصادهای مبتنی بر عوامل تولید با کشاورزی معیشتی و فعالیت‌های استخراجی مشخص می‌شود که به‌شدت به نیروی کار (غیرماهر) و منابع طبیعی متکی هستند. در مرحله‌ی بهره‌وری‌محور، اقتصاد رقابتی‌تر شده، فرایندهای تولید کارآمدتر می‌شوند و کیفیت محصولات افزایش می‌یابد. با پیشرفت توسعه به مرحله‌ی نوآوری‌محور، فعالیت‌های اقتصادی دانش‌بنیان‌تر می‌شوند و بخش خدمات گسترش می‌یابد (http://weforum.org).

[2] Agritech

[3] Nascent entrepreneurship

[ Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08 ]

[ DOI: 10.61882/jea.2025.427 ]

خود، اغلب قادر به‌لحاظ کردن چالش‌های متمایز و تعیین‌کننده در اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید نیستند. این چالش‌ها، که شامل مواردی چون حمایت ضعیف نهادی، وابستگی اقتصادی به منابع طبیعی و نابرابری‌های ساختاری است، می‌توانند تأثیر متغیرهای شناختی و اجتماعی بر کارآفرینی را به‌شکل معناداری تضعیف یا تقویت کنند، امری که در تحلیل‌های جهانی نادیده گرفته می‌شود (Al Bakri & Mehrez, 2017).

کارآفرینی کشاورزی جنبه مهمی از توسعه اقتصادی را نشان می‌دهد، به‌ویژه در اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید که در آن کشاورزی بر اشتغال و معیشت غالب است. در طول سال‌ها، محققان ابعاد مختلف کارآفرینی را بررسی کرده‌اند و اغلب آن را به رشد اقتصادی و نوآوری گسترده‌تر مرتبط می‌کنند. با این‌حال، بخش کشاورزی، علی‌رغم اهمیت اقتصادی آن، به نسبت کمتری در مطالعات کارآفرینی موردتوجه قرار گرفته است. کارهای اخیر بر ضرورت تحقیقات خاص بخش برای کشف چالش‌ها و محرک‌های منحصر به‌فرد کارآفرینی کشاورزی تاکید می‌کنند (Alsos *et al.,* 2011; Lans *et al.,* 2020). ادبیات مربوط به کارآفرینی، عوامل شناختی و سرمایه اجتماعی را به‌عنوان محوری در تأثیرگذاری بر رفتار کارآفرینانه برجسته می‌کند، با این‌حال مطالعات متناسب با زمینه‌های کشاورزی محدود هستند. درک این عوامل در اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید، که اغلب با کمبود منابع، محدودیت‌های نهادی، و پویایی‌های فرهنگی–اجتماعی مشخص می‌شوند، برای ایجاد سیاست‌ها و مداخلات مؤثر ضروری است.

دیدگاه شناختی در مورد کارآفرینی توجه محققین قابل‌توجهی را به‌خود جلب کرده است و بر نقش فرآیندهای روانشناختی در تصمیم‌گیری کارآفرینانه تأکید دارد. عواملی مانند ادراک فرصت و خودکارآمدی، به‌طور گسترده در ادبیات کلی کارآفرینی مورد مطالعه قرار گرفته‌اند و برای ایجاد سرمایه‌گذاری حیاتی شناخته شده‌اند (Krueger Jr, 2003; Shaver *et al.,* 1992). ادراک فرصت، به‌ویژه، منعکس کننده توانایی فرد برای شناسایی شکاف‌های بالقوه در بازار و تصور فرصت‌های تجاری قابل دوام است. در کشاورزی، این ممکن است شامل شناخت بازارهای جدید برای محصولات، تکنیک‌های کشاورزی نوآورانه، یا افزایش زنجیره ارزش باشد (McMullen & Shepherd, 2006; Shane & Venkataraman, 2000) . با این‌حال، ماهیت پویا و نامطمئن کشاورزی اغلب تشخیص فرصت‌ها را پیچیده می‌کند، زیرا کارآفرینان باید چرخه‌های بیولوژیکی، نوسانات بازار و خطرات زیست‌محیطی را طی کنند (Grande *et al.,* 2011). در حالی‌که مطالعات قبلی، مانند مطالعات آرنیوس و مینیتی (Arenius & Minniti, 2005)، ارتباط بین ادراک فرصت و فعالیت کارآفرینانه را ایجاد کرده‌اند، یافته‌های آنها عمدتاً از اقتصادهای توسعه‌یافته گرفته شده‌اند. در مقابل، اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید ممکن است محدودیت‌های منحصربه‌فردی مانند اطلاعات بازار محدود و زیرساخت‌های توسعه‌نیافته را داشته باشند که به تحقیقات محلی در مورد کارآفرینی فرصت‌محور در کشاورزی نیاز دارد. خودکارآمدی نیز به‌همان اندازه مهم است که نشان‌دهنده اعتماد فرد به توانایی خود برای انجام وظایف کارآفرینانه است (Bandura, 1977). تحقیقات نشان می‌دهند که افراد با خودکارآمدی بالاتر احتمال بیشتری برای مشارکت در سرمایه‌گذاری‌های کارآفرینی دارند، زیرا اعتماد به مهارت‌ها و دانش باعث افزایش تصمیم‌گیری و پشتکار در مواجهه با چالش‌ها می‌شود (Boyd *et al.,* 1994; Chen *et al.,* 1998). در بخش کشاورزی، خودکارآمدی می‌تواند بر اتخاذ شیوه‌های نوآورانه، استراتژی‌های متنوع‌سازی و رویکردهای مدیریت ریسک تأثیر بگذارد (Liñán et al., 2009). با این حال، اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید اغلب فاقد سیستم‌های آموزشی و آموزشی قوی برای ایجاد خودکارآمدی کارآفرینی، به‌ویژه در مناطق روستایی هستند. این امر نیاز به مداخلات هدفمند برای افزایش مهارت‌ها و ظرفیت‌ها را در میان کارآفرینان کشاورزی بالقوه نشان می‌دهد. مطالعات ژائو و همکاران (Zhao *et al.,* 2021) و مینیتی و ناوده (Minniti & Naudé, 2010) بر اهمیت ادغام توسعه‌شناختی در برنامه‌های کارآفرینی، به‌ویژه در کشاورزی، که در آن تخصص فنی و آگاهی از بازار برای موفقیت حیاتی است، تأکید می‌کنند. ترس از شکست، یکی دیگر از عوامل شناختی، توجه متفاوتی را در ادبیات کارآفرینی به‌خود جلب کرده است. در حالی‌که اغلب به‌عنوان یک عامل بازدارنده برای ایجاد سرمایه‌گذاری ذکر می‌شود (Langowitz *et al.,* 2007; Vaillant *et al.,* 2007)، مطالعات اخیر نشان می‌دهند که تأثیر آن ممکن است در زمینه‌های مختلف متفاوت باشد. در اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید، که در آن کارآفرینی مبتنی بر بقا رایج است، ترس از شکست ممکن است تحت‌الشعاع انگیزه‌های نیازمحور قرار گیرد (Nabi *et al.,* 2013). بخش کشاورزی با خطرات و عدم قطعیت‌های ذاتی خود، چالش‌های دیگری را ایجاد می‌کند که بسته به سیستم‌های حمایتی خارجی و هنجارهای اجتماعی–فرهنگی، ممکن است ترس از شکست را تقویت یا کاهش دهد. تحقیقات (de Sousa-Filho *et al.,* 2023) نشان می‌دهند که سیاست‌گذاران در اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید باید بر کاهش ریسک‌های درک‌شده از طریق مکانیسم‌هایی مانند امنیت مالی، طرح‌های بیمه و دسترسی به فناوری تمرکز کنند. بنا بر این، بررسی تأثیر متقابل بین ترس از شکست و کارآفرینی کشاورزی در اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید برای درک عمیق‌تر پیامدهای آن بسیار مهم است.

علاوه بر عوامل شناختی، سرمایه اجتماعی با تسهیل دسترسی به منابع تولید، اطلاعات و شبکه‌ها، نقش حیاتی در شکل دادن به نتایج کارآفرینی ایفا می‌کند (Davidsson & Honig, 2003; Coleman, 1988). سرمایه اجتماعی، شبکه‌ها، روابط و اعتماد درون جوامع را در بر می‌گیرد و نقشی به همان اندازه در تقویت کارآفرینی ایفا می‌کند. کارآفرینان اغلب برای دسترسی به منابع، جمع‌آوری اطلاعات بازار و عبور از موانع سازمانی به شبکه‌های خود متکی هستند. در زمینه کشاورزی، سرمایه اجتماعی می‌تواند یک توانمندساز حیاتی باشد، به‌ویژه در محیط‌های کم‌منابع، جایی‌که مکانیسم‌های نهادی رسمی، ضعیف یا غایب هستند. به‌عنوان مثال، شناخت سایر کارآفرینان یا شرکت در تعاونی‌های کشاورزی می‌تواند بینش و منابع ارزشمندی را برای ایجاد سرمایه‌گذاری فراهم کند (Jia *et al.,* 2025). با این‌حال، اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید اغلب فاقد

[ Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08 ]
[ DOI: 10.61882/jea.2025.427 ]

چارچوب‌های نهادی برای تقویت شبکه‌های اجتماعی قوی هستند و بسیاری از کارآفرینان را به ارتباطات غیررسمی متکی می‌کند (Light *et al.,* 2013). تحقیقات پیندادو و سانچز (Pindado & Sánchez, 2017) اهمیت سرمایه اجتماعی را در کارآفرینی کشاورزی برجسته می‌کند، اما همچنین اشاره می‌کند که تأثیر آن در زمینه‌ها متفاوت است. در محیط‌های کم‌منابع، شبکه‌های اجتماعی قوی می‌توانند کمبودهای سازمانی را جبران کنند، اما اثربخشی آنها به کیفیت و تنوع ارتباطات بستگی دارد. در نتیجه، درک نقش سرمایه اجتماعی در اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید نیاز به رویکردی ظریف دارد که شرایط اجتماعی–اقتصادی محلی را در نظر بگیرد. شبکه، زیرمجموعه‌ای از سرمایه اجتماعی، به‌دلیل نقش آن در کسب منابع و شناسایی فرصت ها، به‌طور گسترده در تحقیقات کارآفرینی مورد مطالعه قرار گرفته است (Granovetter, 2002; Nahapiet & Ghoshal, 1998). در کشاورزی، شبکه‌ها می‌توانند دسترسی به بازارها، نهاده‌ها و دانش فنی را تسهیل کنند و در نتیجه موانع ورود سرمایه‌گذاری‌های جدید را کاهش دهند (Aldrich *et al.,* 1986). مطالعاتی مانند مطالعات راموس رودریگز و همکاران (Ramos-Rodriguez *et al.,* 2010) و افندی و همکاران (Afandi *et al.,* 2017) بر اهمیت ارتباطات شخصی در ایجاد سرمایه‌گذاری، به‌ویژه در محیط‌هایی که مکانیسم‌های حمایت رسمی ضعیف هستند، تأکید می‌کنند. با این‌حال، اثربخشی شبکه در اقتصادهای مبتنی بر منابع اغلب توسط هنجارهای فرهنگی–اجتماعی و تحرک محدود می‌شود. برای مثال، نابرابری‌های جنسیتی ممکن است دسترسی زنان به شبکه‌های کارآفرینی را محدود کند و در نتیجه نابرابری‌ها را در کارآفرینی کشاورزی تداوم بخشد (Markussen *et al.,* 2017; Vossenberg, 2013). رسیدگی به این موانع مستلزم تلاش‌های هدفمند برای ایجاد شبکه‌های فراگیر است که گروه‌های به حاشیه رانده‌شده مانند زنان و کشاورزان خرده‌مالک را توانمند می‌کند.

متغیرهای جمعیت‌شناختی، از جمله سن، جنسیت، تحصیلات و درآمد نیز با تأثیرگذاری بر دسترسی به منابع و درک ریسک و فرصت، تمایلات کارآفرینی را شکل می‌دهند. به‌عنوان مثال، سن اغلب با تحمل ریسک و مقاصد کارآفرینی مرتبط است، به‌طوری که افراد جوان معمولاً تمایل بیشتری به نوآوری و ریسک‌پذیری نشان می‌دهند (Brixy & Hessels, 2010). با این حال، در زمینه‌های کشاورزی، تجربه و انباشت دانش مرتبط با سن بالاتر نیز می‌تواند سودمند باشد، زیرا آنها تصمیم‌گیری و انعطاف‌پذیری را افزایش می‌دهند (Barnes *et al.,* 2015). جنسیت یکی دیگر از عوامل مهم جمعیتی است که زنان در اقتصادهای مبتنی بر منابع با موانع سیستماتیک برای مشارکت کارآفرینی، از جمله مالکیت محدود زمین، دسترسی محدود به منابع مالی، و محدودیت‌های اجتماعی–فرهنگی مواجه هستند (Minniti & Nardone, 2007; Kalleberg & Leicht, 1991). مطالعات علی (Ali, 2016) و لانس و همکاران (Lans *et al.,* 2014) بر نیاز به سیاست‌های حساس به جنسیت برای ترویج مشارکت عادلانه در کارآفرینی کشاورزی تأکید می‌کنند. همچنین، سطح تحصیلات و درآمد به‌طور قابل‌توجهی بر تمایلات کارآفرینی تأثیر می‌گذارد، زیرا آنها شناسایی فرصت‌ها و دسترسی به منابع را افزایش می‌دهند (McKelvie *et al.,* 2010). بااین حال، در اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید، نابرابری در میزان تحصیلات و توزیع درآمد اغلب نابرابری در فرصت‌های کارآفرینی را تشدید می‌کند و نیاز به مداخلات هدفمند برای رفع این شکاف‌ها دارد.

بنا بر این، یک خلاء مشخص در ادبیات موضوع، یعنی تحلیل یکپارچه محرک‌های کارآفرینی کشاورزی در بستر خاص اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید، وجود دارد که پژوهش حاضر در صدد پر کردن آن است. برای دستیابی به این تحلیل یکپارچه، ضروری است که ابتدا به درک عمیق‌تری از هریک از این دسته عوامل و اهمیت بالقوه آن‌ها در شکل‌دهی به رفتار کارآفرینانه، با نگاهی به ادبیات موجود، دست یافت. در راستای پرکردن شکاف‌های پیش‌گفته، این مطالعه، شناسایی و تحلیل محرک‌های شناختی، اجتماعی و جمعیت‌شناختی کارآفرینی نوپای کشاورزی را در اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید، هدف اصلی خود قرار داده است. این پژوهش با ارائه یک چارچوب تحلیلی یکپارچه، به بررسی تأثیر همزمان این عوامل سه‌گانه بر تصمیم افراد برای ورود به فعالیت‌های کارآفرینانه در بخش کشاورزی می‌پردازد. با تمرکز بر این گروه از اقتصادها، تحقیق حاضر به‌دنبال ارائه درکی عمیق‌تر و دقیق‌تر از پویایی‌های کارآفرینی در زمینه‌هایی است که با تحولات سریع اجتماعی–اقتصادی و محدودیت‌های ساختاری منحصر به فردی مشخص می‌شوند. در نهایت، این مطالعه شواهد تجربی جدیدی را برای سیاست‌گذارانی فراهم می‌آورد که به‌دنبال طراحی مداخلات مؤثر برای تقویت اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی در این کشورها هستند.

اگرچه ادبیات قابل توجهی به بررسی جنبه‌های مختلف کارآفرینی کشاورزی پرداخته است، اما درک ما از محرک‌های آن در زمینه اقتصادی خاصی چون اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید همچنان محدود است. اکثر پژوهش‌های پیشین یا در بستر اقتصادهای توسعه‌یافته انجام شده‌اند و یا فاقد یک چارچوب تحلیلی یکپارچه برای بررسی همزمان عوامل گوناگون بوده‌اند. در پاسخ به این محدودیت‌ها، نوآوری اصلی پژوهش حاضر از چند جهت کلیدی به توسعه ادبیات موضوع کمک می‌کند. در پاسخ به این خلاءهای پژوهشی، مطالعه حاضر از طریق سه نوآوری کلیدی به توسعه ادبیات موضوع کمک می‌کند: نخست، نوآوری در زمینه[1]، با تمرکز ویژه بر "کارآفرینی نوپای کشاورزی[2]" در بستر اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید که کمتر مورد واکاوی قرار گرفته است.

[1] Contextual Innovation

[2] منظور از کارآفرینی نوپای کشاورزی (Nascent Agricultural Entrepreneurship)، فرآیندی است که طی آن یک فرد به طور فعال درگیر اقدامات لازم برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید در بخش کشاورزی است، اما هنوز درآمد پایداری از آن کسب نکرده است. این تعریف منطبق بر تعریف ناظر جهانی کارآفرینی (GEM) است و بر مرحله شکل‌گیری اولیه کسب‌وکار تمرکز دارد.

[ Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08 ]

[ DOI: 10.61882/jea.2025.427 ]

برخلاف عمده تحقیقات پیشین که بر بهبود عملکرد کسب‌وکارهای کشاورزیِ از پیش تأسیس شده متمرکز هستند، این پژوهش فرآیند ایجادِ کسب‌وکار جدید[1] را به‌عنوان مرحله بنیادین و تعیین‌کننده در چرخه کارآفرینی، در اولویت تحلیل خود قرار می‌دهد (نوآوری در کانون تحلیل[2]). دوم، این تحقیق با آزمون تجربی یک چارچوب یکپارچه که محرک‌های شناختی، اجتماعی و جمعیت‌شناختی را همزمان در بر می‌گیرد، به درک جامع‌تری از عوامل پیچیده‌ای که شکل‌دهنده تصمیم افراد برای ورود به کارآفرینی کشاورزی هستند، یاری می‌رساند (نوآوری در چارچوب تحلیلی[3]). این رویکرد چندبعدی، که با بهره‌گیری از داده‌های غنی و فردی "ناظر جهانی کارآفرینی" پیاده‌سازی شده است، به درکی جامع‌تر و عمیق‌تر از تعامل این عوامل منجر می‌شود. از این منظر، یافته‌های مطالعه حاضر دارای پیامدهای عملی مشخصی برای سیاست‌گذاران و نهادهای توسعه‌ای است؛ این یافته‌ها می‌توانند مبنای طراحی مداخلات سیاستی هدفمند و برنامه‌های ظرفیت‌سازی قرار گیرند که هدفشان توانمندسازی کارآفرینان بالقوه، افزایش بهره‌وری کشاورزی و ترویج رشد اقتصادی فراگیر در این کشورها است. در نهایت، این پژوهش با آزمون نظریه‌های رایج کارآفرینی، به گفتمان گسترده‌تر پیرامون جهان‌شمولی و یا وابستگی به زمینه[4] این نظریه‌ها نیز کمک می‌کند.

کارآفرینی کشاورزی پدیده‌ای چندوجهی است که درآمیختگی پیچیده‌ای از عوامل شناختی، اجتماعی و زمینه‌ای آن را شکل می‌دهد. برای درک عمیق محرک‌های کارآفرینانه در بخش کشاورزیِ اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید، این پژوهش یک چارچوب نظری یکپارچه ارائه می‌دهد که بر دو ستون اصلی استوار است: نظریه شناختی کارآفرینی و نظریه سرمایه اجتماعی. این چارچوب نه‌تنها به شناسایی عوامل مؤثر می‌پردازد، بلکه به‌دنبال آزمون اهمیت نسبی این محرک‌ها در یک زمینه اقتصادی خاص است. در ادامه، مبانی نظری هریک از این دیدگاه‌ها تشریح و فرضیه‌های تحقیق توسعه داده می‌شوند.

دیدگاه شناختی، که فرآیندهای ذهنی افراد در شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها را تحلیل می‌کند، در هسته مطالعات کارآفرینی قرار دارد (Shane & Venkataraman, 2000). سه سازه کلیدی در این دیدگاه عبارتند از ادراک فرصت، خودکارآمدی، و ترس از شکست. ادراک فرصت، یعنی توانایی فرد در شناسایی فرصت‌های تجاری در محیط، نقطه عزیمت فرآیند کارآفرینی است. در زمینه کشاورزی، این امر می‌تواند شامل تشخیص نیاز بازار به محصولات ارگانیک، فرصت‌های فرآوری و ایجاد ارزش افزوده، یا بازارهای صادراتی جدید باشد (Krueger Jr, 2003). با این‌حال، صرفاً دیدن یک فرصت برای اقدام کافی نیست. خودکارآمدی کارآفرینانه، یعنی باور فرد به توانایی‌های خود برای سازماندهی و اجرای اقدامات لازم برای موفقیت (Bandura, 1977; Chen *et al.,* 1998)، به‌عنوان یک عامل تبدیل‌کننده عمل می‌کند. فردی با خودکارآمدی بالا، حتی با وجود موانع ساختاری در اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید (مانند زیرساخت‌های ضعیف)، با اعتماد به نفس بیشتری برای بهره‌برداری از فرصت‌های ادراک‌شده گام برمی‌دارد. از این‌رو، می‌توان استدلال کرد که در چنین محیط‌های چالش‌برانگیزی، باور به توانایی (خودکارآمدی) حتی از نفسِ دیدن فرصت (ادراک) نیز نقش تعیین‌کننده‌تری دارد. این استدلال به فرضیه رقابتی زیر منجر می‌شود:

**فرضیه ۱:** در میان محرک‌های شناختی، خودکارآمدی کارآفرینانه در مقایسه با ادراک فرصت، دارای تأثیر مثبت قوی‌تری بر احتمال ورود به کارآفرینی کشاورزی در اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید است.

از سوی دیگر، ترس از شکست به‌عنوان یک مانع شناختی عمل می‌کند و می‌تواند تمایل افراد برای پیگیری فرصت‌های کارآفرینانه را سرکوب کند (Langowitz *et al*., 2007). این عامل در بخش کشاورزی به‌دلیل وجود عدم قطعیت‌های ذاتی (مانند تغییرات اقلیمی و نوسانات بازار) اهمیت ویژه‌ای می‌یابد. اگرچه کارآفرینی از روی ضرورت[5] در اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید رایج است، اما ترس از دست دادن سرمایه یا اعتبار اجتماعی همچنان یک عامل بازدارنده قدرتمند باقی می‌ماند.

**فرضیه ۲:** ترس از شکست، تأثیری منفی و معنادار بر احتمال ورود به کارآفرینی کشاورزی در اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید دارد.

نظریه سرمایه اجتماعی بیان می‌کند که شبکه‌ها و روابط اجتماعی، منبع ارزشمندی برای دسترسی به اطلاعات، منابع مالی و حمایت‌های روانی هستند (Coleman, 1988; Granovetter, 2002). در اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید که نهادهای رسمی حمایتی ضعیف یا غیر قابل اعتماد هستند، اتکا به شبکه‌های غیر رسمی و سرمایه اجتماعی اهمیت دوچندان می‌یابد (Light *et al.,* 2013). داشتن ارتباط با سایر کارآفرینان (شبکه‌سازی) نه‌تنها دانش فنی و بازار را تسهیل می‌کند، بلکه به‌عنوان یک سازوکار کاهش ریسک عمل کرده، موانع ورود را کاهش می‌دهد. این امر این پرسش را مطرح می‌کند که آیا در چنین زمینه‌هایی، مؤلفه‌های اجتماعی (سرمایه اجتماعی) بر محرک‌های فردی (شناختی) برتری دارند؟

**فرضیه ۳:** تأثیر سرمایه اجتماعی (شبکه‌سازی) بر ورود به کارآفرینی کشاورزی، قوی‌تر از تأثیر محرک‌های شناختی فردی (ادراک فرصت و خودکارآمدی) در اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید است.

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی افراد شامل سن، جنسیت، سطح تحصیلات و درآمد، در ادبیات کارآفرینی به عنوان عوامل تأثیرگذار بر دسترسی به منابع، تحمل ریسک و انباشت سرمایه انسانی شناخته شده‌اند (Brixy & Hessels, 2010; Minniti & Nardone, 2007). اگرچه این متغیرها کانون اصلی این پژوهش نیستند، اما برای جلوگیری از تورش متغیرهای حذف‌شده و جداسازی دقیق تأثیر محرک‌های شناختی و اجتماعی، به عنوان متغیرهای کنترلی در مدل تحلیلی لحاظ خواهند شد.

[1] Venture creation
[2] Focal Innovation
[3] Framework Innovation
[4] Context-dependency
[5] Necessity-driven

[ Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08 ]
[ DOI: 10.61882/jea.2025.427 ]

## مواد و روش‌ها

این مطالعه با اتخاذ یک چارچوب روش‌شناختی کمی و دقیق، به بررسی و تحلیل محرک‌های شناختی، اجتماعی و جمعیت‌شناختی کارآفرینی نوپای کشاورزی در اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید می‌پردازد. در ادامه، منبع داده‌ها، فرآیند انتخاب و آماده‌سازی نمونه، نحوه سنجش متغیرها، و در نهایت، مدل تحلیلی و آزمون‌های تشخیصی مورد استفاده به تفصیل تشریح می‌شوند.

داده‌های این پژوهش از پیمایش جمعیت بزرگسالان (APS) پروژه (GEM) استخراج شده‌اند. برای افزایش حجم نمونه و پایایی نتایج، از یک مجموعه داده تجمیعی مقطعی[1] شامل نظرسنجی‌ها در سال‌های ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۲ استفاده می‌شود. نظرسنجی APS که توسط GEM به‌صورت سالانه در کشورهای مختلف با روش‌شناسی یکسان اجرا می‌شود، اطلاعات جامعی برای افراد ۱۸ تا ۶۴ ساله در سطح فردی در خصوص نگرش‌ها، فعالیت‌ها و ویژگی‌های کارآفرینانه فراهم می‌آورد و پایه‌ای جامع برای بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی کشاورزی ارائه می‌دهد.

نمونه پژوهش شامل ۱۲۰۰ نفر از گزارش جامع GEM در دوره مورد بررسی و همچنین کشورهای مبتنی بر عوامل تولید شرکت‌کننده در نظرسنجی‌های صورت‌گرفته توسط GEM انتخاب شد. انتخاب این کشورها بر اساس طبقه‌بندی صندوق بین‌المللی پول (IMF) و با در نظر گرفتن دسترسی به داده‌های کامل و قابل مقایسه در پیمایش GEM طی دوره زمانی مورد مطالعه صورت گرفت؛ این کشورها عبارت‌اند از هند، ایران، قزاقستان، ویتنام و ماداگاسکار. در مرحله بعد، داده‌ها از نظر مقادیر گمشده و داده‌های پرت بررسی شدند. داده‌های گمشده برای متغیرهای مستقل، که درصد آن‌ها کمتر از ۵٪ بود، با استفاده از روش استاندارد انتساب چندگانه[2] مورد بررسی قرار گرفتند تا از کاهش حجم نمونه و ایجاد تورش جلوگیری شود (Rubin, 2004). در نهایت، نمونه به افرادی که در مرحله کارآفرینی نوپا در بخش کشاورزی (شامل زراعت، جنگل‌داری و شیلات بر اساس طبقه‌بندی ISIC Rev. 4) فعالیت داشتند و همچنین گروه مقایسه (کارآفرینان غیرکشاورزی) محدود شد.

متغیر وابسته پژوهش، «ورود به کارآفرینی نوپای کشاورزی» است. این متغیر به‌صورت دوتایی[3] سنجیده می‌شود، به‌طوری‌که اگر فرد به‌طور فعال در فرآیند راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید در بخش کشاورزی باشد (کارآفرین نوپا)، مقدار یک و مقدار صفر نشان‌دهنده افرادی هستند که در مرحله کارآفرینی نوپا در بخش کشاورزی قرار ندارند (شامل افرادی که کارآفرین نیستند یا در مراحل دیگر یا بخش‌های دیگر کارآفرینی فعال هستند). این طبقه‌بندی دوتایی با روش GEM برای اندازه‌گیری فعالیت کارآفرینانه همسو است.

متغیرهای مستقل اصلی تحقیق که محرک‌های شناختی و اجتماعی را نمایندگی می‌کنند، به شرح زیر تعریف و سنجیده شده‌اند: «ادراک فرصت» یک متغیر دوتایی است که بر اساس پاسخ فرد به این پرسش که "آیا در شش ماه آینده، فرصت‌های خوبی برای راه‌اندازی کسب‌وکار در منطقه محل سکونت شما وجود خواهد داشت؟" کدگذاری می‌شود (یک= بله، صفر= خیر). «خودکارآمدی کارآفرینانه» یک متغیر دوتایی است که نشان‌دهنده باور فرد به داشتن دانش، مهارت و تجربه لازم برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید است (یک= بله، صفر= خیر). «ترس از شکست» یک متغیر دوتایی است که در صورتی‌که فرد اعلام کند "ترس از شکست مانع راه‌اندازی کسب‌وکار توسط او می‌شود"، مقدار یک و در غیر این صورت مقدار صفر می‌گیرد. «شبکه‌سازی» نیز به‌عنوان نماینده سرمایه اجتماعی، یک متغیر دوتایی است که مشخص می‌کند آیا فرد کارآفرینی را می‌شناسد که در دو سال گذشته کسب‌وکار جدیدی راه‌اندازی کرده باشد یا خیر (یک = بله، صفر = خیر). این عملیاتی‌سازی، با توجه به اهمیت الگوهای نقش و انتقال دانش ضمنی در بخش کشاورزی، به‌عنوان شاخصی از دسترسی به سرمایه اجتماعی مرتبط با کارآفرینی در نظر گرفته شد و با مطالعات قبلی که بر نقش ارتباطات اجتماعی در تسهیل فعالیت‌های کارآفرینی تأکید می‌کردند، همسو است (Davidsson & Honig, 2003; Jia *et al.*, 2025).

برای کنترل تأثیر سایر عوامل و جداسازی دقیق اثر متغیرهای اصلی، متغیرهای جمعیت‌شناختی زیر در مدل لحاظ شده‌اند: «سن» به‌صورت یک متغیر پیوسته (سن پاسخ‌دهنده به سال) وارد مدل می‌شود. «جنسیت» یک متغیر دوتایی است (یک = مرد، صفر = زن). «سطح تحصیلات» این متغیر در داده‌های GEM در پنج سطح (از بدون تحصیلات رسمی تا مدارک دانشگاهی) سنجیده شده، در مدل رگرسیونی، به چهار متغیر دوتایی (موهومی) تبدیل می‌شود و سطح «بدون تحصیلات رسمی» به‌عنوان گروه مرجع در نظر گرفته می‌شود. «درآمد خانوار» نیز بر اساس داده‌های خود GEM که درآمد افراد را در سه سهک پایینی، میانی و بالایی در سطح ملی طبقه‌بندی کرده است، به‌صورت دو متغیر دوتایی (موهومی) در مدل لحاظ می‌شود و گروه «درآمد پایین» به‌عنوان مرجع در نظر گرفته می‌شود.

با توجه به ماهیت دوتایی متغیر وابسته، روش تحلیلی اصلی این پژوهش، رگرسیون لجستیک[4] است. این مدل به‌دلیل توانایی در تحلیل روابط غیرخطی و تفسیر نتایج از طریق نسبت بخت‌ها[5]، به‌طور گسترده در تحقیقات کارآفرینی به‌کار می‌رود و امکان برآورد احتمال وقوع یک رویداد را بر اساس مجموعه‌ای از متغیرهای پیش‌بین فراهم می‌آورد (Hair *et al.*, 1998; Greene, 2008). فرم کلی مدل تجربی پژوهش به شرح زیر تعریف می‌شود:

$$Logit\big(P(Y_i = 1)\big) = \beta_0 + \beta_1 X_{i,Cognitive} + \beta_2 X_{i,Social} + \beta_3 X_{i,Demographic} + \epsilon_i$$

[1] pooled cross-section
[2] Multiple Imputation
[3] Binary
[4] Logistic Regression
[5] Odds Ratios

[ Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08 ]
[ DOI: 10.61882/jea.2025.427 ]

که در آن، P(Yi=1) احتمال این است که فرد i در فعالیت کارآفرینی نوپای کشاورزی مشارکت داشته باشد. $X_{i,Cognitive}$ بردار متغیرهای شناختی، $X_{i,Social}$ بردار متغیر سرمایه اجتماعی، و $X_{i,Demographic}$ بردار متغیرهای کنترلی جمعیت‌شناختی برای فرد i هستند. β0 عرض از مبدأ و β1 تا β3 بردارهای ضرایب مربوط به متغیرهای مستقل و کنترلی هستند و ϵi جمله خطای مدل است. ضرایب مدل (β) با استفاده از روش برآورد حداکثر درست‌نمایی[1] تخمین زده می‌شوند. این روش پارامترهایی که بیشترین احتمال مشاهده داده‌های موجود را دارند، شناسایی می‌کند.

از آنجا که ضرایب (β) در مدل لوجیت به‌صورت لگاریتم نسبت بخت‌ها[2] هستند، تفسیر مستقیم آن‌ها دشوار است. بنا بر این، برای ارائه تفسیری ملموس‌تر، از نسبت بخت‌ها[3] که از طریق محاسبه eβ به‌دست می‌آید، استفاده می‌شود. برای متغیرهای دوتایی، نسبت بخت نشان می‌دهد که شانس (بخت) مشارکت در کارآفرینی کشاورزی برای گروهی که دارای ویژگی مورد نظر هستند (کد ۱)، چند برابر گروه مرجع (کد ۰) است، در حالی‌که سایر متغیرها ثابت نگه داشته شده‌اند. برای متغیرهای پیوسته، نسبت بخت نشان می‌دهد که به‌ازای یک واحد افزایش در متغیر، شانس مشارکت در کارآفرینی کشاورزی چند برابر تغییر می‌کند. یک نسبت بخت که به‌لحاظ آماری معنادار و بزرگتر از ۱ باشد، نشان‌دهنده ارتباط مثبت و اگر کوچکتر از ۱ باشد، نشان‌دهنده ارتباط منفی است.

برای اطمینان از اعتبار و پایایی مدل نهایی و یافته‌ها، مجموعه‌ای از آزمون‌های تشخیصی استاندارد اجرا گردید. هم‌خطی چندگانه[4] با استفاده از عامل تورم واریانس (VIF) بررسی شد تا اطمینان حاصل شود که همبستگی بالایی میان متغیرهای مستقل وجود ندارد (Gujarati, 2021)؛ مقادیر VIF برای تمامی متغیرها در محدوده قابل قبول (کمتر از ۵) قرار داشت. نیکویی برازش[5] کلی مدل با استفاده از آزمون هازمر–لمشو[6] ارزیابی شد؛ نتیجه غیر معنادار این آزمون، نشان‌دهنده برازش مناسب مدل بر داده‌ها بود. قدرت تمایز مدل[7] نیز با استفاده از مساحت زیر منحنی مشخصه عملکرد سیستم (AUC-ROC) سنجیده شد. تمامی تحلیل‌های آماری با استفاده از نرم‌افزار Stata (نسخه ۱۷) انجام شدند.

جدول ۱- تعریف، نقش و نحوه سنجش متغیرهای پژوهش

Table 1. Definition, Role, and Measurement of Research Variables

| متغیر (Variable) | نقش در مدل (Role in the Model) | تعریف و نحوه سنجش (Definition and Measurement) |
|---|---|---|
| کارآفرینی کشاورزی (Agricultural Entrepreneurship) | وابسته (Dependent) | متغیر دوتایی (Binary) که اگر فرد در مرحله کارآفرینی نوپا (Nascent) در بخش کشاورزی باشد مقدار ۱ و در غیر این صورت مقدار ۰ می‌گیرد. Binary variable; coded 1 if the individual is in the nascent stage of agricultural entrepreneurship, and 0 otherwise. |
| ادراک فرصت (Opportunity Perception) | مستقل (شناختی) (Independent, Cognitive) | متغیر دوتایی؛ اگر فرد معتقد باشد در شش ماه آینده فرصت‌های خوبی برای راه‌اندازی کسب‌وکار در منطقه محل سکونتش وجود دارد، مقدار ۱ و در غیر این صورت ۰ می‌گیرد. Binary variable; coded 1 if the respondent believes there will be good opportunities to start a business in their local area in the next six months, and 0 otherwise. |
| خودکارآمدی (Self-Efficacy) | مستقل (شناختی) (Independent, Cognitive) | متغیر دوتایی؛ اگر فرد معتقد باشد دانش، مهارت و تجربه لازم برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید را دارد، مقدار ۱ و در غیر این صورت ۰ می‌گیرد. Binary variable; coded 1 if the respondent believes that they have the necessary knowledge, skills, and experience to start a new business, and 0 otherwise. |
| ترس از شکست (Fear of Failure) | مستقل (شناختی) (Independent, Cognitive) | متغیر دوتایی؛ اگر فرد اعلام کند "ترس از شکست" مانع راه‌اندازی کسب‌وکار توسط او می‌شود، مقدار ۱ و در غیر این صورت ۰ می‌گیرد. Binary variable; coded 1 if the respondent indicates that "fear of failure" would prevent them from starting a business, and 0 otherwise. |
| شبکه‌سازی (Networking) | مستقل (سرمایه اجتماعی) (Independent, Social Capital) | متغیر دوتایی؛ اگر فرد شخصاً کارآفرینی را می‌شناسد که در دو سال گذشته کسب‌وکار جدیدی را راه‌اندازی کرده باشد، مقدار ۱ و در غیر این صورت ۰ می‌گیرد. Binary variable; coded 1 if the respondent personally knows an entrepreneur who has started a new business in the past two years, and 0 otherwise. |
| سن (Age) | کنترلی (Control) | متغیر پیوسته؛ سن پاسخ‌دهنده به سال. Continuous variable; the respondent's age in years |
| جنسیت (Gender) | کنترلی (Control) | متغیر دوتایی؛ ۱ برای مرد و ۰ برای زن. Binary variable; coded 1 for male and 0 for female |
| تحصیلات (Education) | کنترلی (Control) | متغیر ترتیبی (Ordinal) با پنج سطح. در مدل رگرسیونی، این متغیر به چهار متغیر دوتایی (Dummy) تبدیل می‌شود و سطح «بدون تحصیلات رسمی» به عنوان گروه مرجع (Reference Group) در نظر گرفته می‌شود. Ordinal variable with five levels. In the regression model, this is converted into four dummy variables, with the "No formal education" level serving as the reference group. |
| درآمد (Income) | کنترلی (Control) | متغیر ترتیبی که درآمد خانوار را در سه صدک ملی (پایین، متوسط، بالا) طبقه‌بندی می‌کند. این طبقه‌بندی در خود داده‌های GEM برای اطمینان از قابلیت مقایسه بین‌المللی انجام شده است. در مدل، به دو متغیر دوتایی تبدیل شده و گروه «درآمد پایین» به عنوان مرجع در نظر گرفته می‌شود. Ordinal variable categorizing household income into three national tertiles( low, medium high). This categorization is provided by the GEM data itself to ensure international comparability. In the model, it is converted into two dummy variables, with the "low income" group serving as the reference. |

منبع: کلیه متغیرها از مجموعه داده‌های پیمایش جمعیت بزرگسالان (APS) پروژه ناظر جهانی کارآفرینی (GEM) استخراج شده‌اند.

Source: All variables are extracted from the Adult Population Survey (APS) dataset of the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) project.

[1] Maximum Likelihood Estimation - MLE
[2] Log-Odds
[3] Odds Ratios
[4] Multicollinearity
[5] Goodness-of-Fit
[6] Hosmer-Lemeshow Test
[7] Discriminatory Power

[ Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08 ]
[ DOI: 10.61882/jea.2025.427 ]

## نتایج و بحث

این بخش به ارائه و تحلیل یافته‌های پژوهش می‌پردازد. ابتدا آمار توصیفی متغیرهای کلیدی ارائه می‌شوند و سپس نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها در مدل رگرسیون لجستیک تشریح می‌گردند.

### آمار توصیفی

جدول ۲، آمار توصیفی متغیرهای مورد استفاده در این مطالعه را به تفکیک دو گروه «کارآفرینان نوپای کشاورزی» و «کارآفرینان غیرکشاورزی» ارائه می‌دهد. این تفکیک، امکان مقایسه ویژگی‌های این دو گروه و شناسایی تفاوت‌های اولیه بین آن‌ها را فراهم می‌آورد.

جدول ۲- آمار توصیفی متغیرهای پژوهش به تفکیک وضعیت کارآفرینی

Table 2. Descriptive Statistics of Research Variables by Entrepreneurial Status

| متغیر (Variable) | کل نمونه Full Sample (N=1,200) | کارآفرینان کشاورزی Agricultural Entrepreneurs (N=96) | کارآفرینان غیرکشاورزی Non-Agricultural Entrepreneurs (N=1,104) | آزمون تفاوت[1] Difference Test |
|---|---|---|---|---|
| متغیرهای شناختی Cognitive Variables | | | | |
| ادراک فرصت (٪ بله) Opportunity Perception (Yes %) | 72% | 85.4% | 70.7% | *** |
| خودکارآمدی (٪ بله) Self-Efficacy (Yes %) | 80% | 91.7% | 78.8% | *** |
| ترس از شکست (٪ بله) Fear of Failure (Yes %) | 18% | 12.5% | 18.6% | ** |
| سرمایه اجتماعی Social Capital | | | | |
| شبکه‌سازی (٪ بله) Networking (Yes %) | 67% | 78.1% | 65.9% | *** |
| متغیرهای جمعیت‌شناختی Demographic Variables | | | | |
| سن (میانگین و انحراف معیار) Age (Mean and SD) | 36.5 (11.8) | 34.2 (10.1) | 36.7 (11.9) | * |
| جنسیت (٪ مرد) Gender (Male%) | 62% | 68.8% | 61.3% | ** |
| سطح تحصیلات (٪) (%) Education Level | | | | *** |
| متوسطه و کمتر Secondary or less | 45% | 35.4% | 46.0% | |
| پس از متوسطه Secondary | 30% | 33.3% | 29.7% | |
| دانشگاهی و بالاتر University and higher | 25% | 31.3% | 24.3% | |
| **سطح درآمد (٪)**[2] Income Level(%²) | | | | *** |
| سهک پایین Low Tertile | 40% | 32.3% | 40.8% | |
| سهک میانی Middle Tertile | 35% | 37.5% | 34.7% | |
| سهک بالا High Tertile | 25% | 30.2% | 24.5% | |

۱- نتایج آزمون تی برای متغیرهای پیوسته و آزمون کای-دو (Chi-Square) برای متغیرهای طبقه‌ای *** p <۰/۰۱, ** p <۰/۰۵, * p <۰/۱

۲- سهک‌های درآمدی (پایین، متوسط، و بالا) بر اساس طبقه‌بندی ملی در داده‌های GEM تعریف شده‌اند.

1. T-test results are reported for continuous variables and Chi-square ($\chi^2$) test results for categorical variables. *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$
2. Income terciles (low, middle, and high) are defined based on the national classification in the GEM dataset.

نتایج ارائه شده در تحلیل رگرسیون چندمتغیره، پس از کنترل متغیرهای جمعیت‌شناختی، تصویر روشنی از عوامل تعیین‌کننده کارآفرینی کشاورزی در اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید ارائه می‌دهند. در آزمون فرضیه‌های شناختی (H1 و H2)، فرضیه اول که ماهیتی رقابتی داشت و بیان می‌کرد که تأثیر خودکارآمدی بر احتمال کارآفرینی قوی‌تر از تأثیر ادراک فرصت است، تأیید نشد. ضریب متغیر ادراک فرصت ($\beta = 0.85$) بزرگتر از ضریب متغیر خودکارآمدی ($\beta = 0.65$) است. هرچند که هر دو متغیر به‌لحاظ آماری کاملاً معنادار هستند ($p < 0.01$)، اما به‌نظر می‌رسد که در زمینه اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید، تشخیص یک فرصت مناسب، محرک اولیه قدرتمندتری نسبت به صرفِ داشتن باور به توانایی‌های فردی است. نسبت بخت‌ها نشان می‌دهد که افرادی که فرصتی را ادراک می‌کنند، شانس ورودشان به کارآفرینی کشاورزی ۲/۳۴ برابر دیگران است. فرضیه دوم مبنی بر تأثیر منفی ترس از شکست، در سطح معناداری ۵ درصد تأیید نشد ($p = 0.110$) و این متغیر در مدل نهایی، عامل بازدارنده معناداری نیست. در آزمون فرضیه سرمایه اجتماعی (H3)، فرضیه سوم نیز که یک فرضیه رقابتی بود و برتری تأثیر سرمایه اجتماعی (شبکه‌سازی) بر محرک‌های شناختی را پیش‌بینی می‌کرد، رد شد. اگرچه شبکه‌سازی دارای تأثیر مثبت و معناداری است ($\beta$=0.85)، اما اندازه تأثیر آن از هر دو متغیر شناختی اصلی (ادراک فرصت و خودکارآمدی) کوچک‌تر است. این یافته نشان می‌دهد که در این زمینه، ویژگی‌های روان‌شناختی و فردی، حتی از ارتباطات اجتماعی نیز نقش پررنگ‌تری در کلید زدن فرآیند کارآفرینی ایفا می‌کنند. در میان متغیرهای کنترلی، سن دارای تأثیر منفی و معنادار است، به‌طوری‌که با افزایش یک سال سن، شانس ورود به کارآفرینی کشاورزی حدود ۵ درصد کاهش می‌یابد. (Odds Ratio=0/95) جنسیت نیز یک عامل تعیین‌کننده مهم است و شانس کارآفرین شدن مردان ۱/۷۳ برابر زنان است که

[ Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08 ]

[ DOI: 10.61882/jea.2025.427 ]

نشان‌دهنده وجود موانع جنسیتی در این بخش است. در نهایت، داشتن تحصیلات دانشگاهی در مقایسه با تحصیلات ابتدایی، شانس کارآفرینی را ۱/۴۵ برابر افزایش می‌دهد، اما سطح درآمد خانوار تأثیر معناداری بر تصمیم به ورود به این فعالیت ندارد.

جدول ۳- نتایج مدل رگرسیون لجستیک برای پیش‌بینی کارآفرینی کشاورزی
Table 3. Logistic Regression Model Results for Predicting Agricultural Entrepreneurship

| متغیر (Variable) | ضریب (B) Coefficient (B) | خطای معیار Standard Error (SE) | سطح معناداری Significance Level (p) | نسبت بخت‌ها Odds Ratio (Exp (B)) |
|---|---|---|---|---|
| عرض از مبدأ (Constant) | -2.15 | 0.45 | 0.000 | - |
| محرک‌های شناختی (Cognitive Drivers) | | | | |
| ادراک فرصت (Opportunity Perception) | 0.85 | 0.22 | 0.000 | 2.34 |
| خودکارآمدی (Self-Efficacy) | 0.65 | 0.20 | 0.001 | 1.92 |
| ترس از شکست Fear of Failure | -0.12 | 0.19 | 0.110 | 0.89 |
| سرمایه اجتماعی (Social Capital) | | | | |
| شبکه‌سازی (Networking) | 0.52 | 0.23 | 0.024 | 1.68 |
| متغیرهای کنترلی جمعیت‌شناختی Demographic Control Variables | | | | |
| سن (Age) | -0.05 | 0.01 | 0.000 | 0.95 |
| جنسیت (مرجع: زن) Gender (Ref: Female) | 0.55 | 0.18 | 0.002 | 1.73 |
| تحصیلات (مرجع: ابتدایی و کمتر) Education (Ref: Primary or Less) | | | | |
| متوسطه (Secondary) | 0.14 | 0.16 | 0.380 | 1.15 |
| پس از متوسطه (Post-Secondary) | 0.25 | 0.17 | 0.140 | 1.28 |
| دانشگاهی (University) | 0./37 | 0.15 | 0.013 | 1.45 |
| درآمد (مرجع: سهک پایین) Income (Ref: Low Tertile) | | | | |
| سهک میانی (Middle Tertile) | 0.05 | 0.19 | 0.790 | 1.05 |
| سهک بالا (High Tertile) | 0.08 | 0.20 | 0.690 | 1.08 |
| آماره‌های مدل Model Statistics | | | | |
| تعداد مشاهدات (N) Number of Observations (N) | 1,200 | | | |
| آزمون هازمر-لمشو (p-value) Hosmer-Lemeshow Test (p-value) | 0.452 | | | |
| $R^2$ -کاکس و اسنل / نگلکرک Cox and Snell / Nagelkerke $R^2$ | 0.18 / 0.25 | | | |

منبع: یافته‌های پژوهش بر اساس داده‌های GEM
Source: Research findings based on GEM data

یافته‌های این پژوهش، درکی چندبعدی و دقیق از محرک‌های کارآفرینی نوپای کشاورزی در بستر خاص اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید ارائه می‌دهد. این نتایج، ضمن همسویی با بخش‌هایی از ادبیات پیشین، در موارد کلیدی، تفاوت‌های ظریف و معناداری را آشکار می‌سازند که ریشه در ویژگی‌های ساختاری این اقتصادها دارند. یکی از یافته‌های کلیدی این مطالعه، که در تضاد با فرضیه اول (H1) قرار دارد، تأثیر قوی‌تر ادراک فرصت در مقایسه با خودکارآمدی کارآفرینانه است. اگرچه هر دو متغیر، هم‌راستا با نظریه شناختی (Shane & Venkataraman, 2000)، پیش‌بینی‌کننده‌های قدرتمندی برای ورود به کارآفرینی هستند، اما برتری ادراک فرصت در این زمینه خاص، یک نکته قابل تأمل با پیامدهای نظری و عملی مشخص است. این یافته می‌تواند بیانگر آن باشد که در اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید، که با شکست‌های بازار، زیرساخت‌های ضعیف، عدم تقارن اطلاعاتی و دسترسی محدود به منابع مالی و فناوری مواجه‌اند، چالش اصلی نه «باور به توانایی اجرا» پس از شناسایی فرصت، بلکه خودِ «شناسایی یک فرصت واقعی و قابل بهره‌برداری» در وهله اولِ است. در چنین محیط‌هایی، فرصت‌های کسب‌وکار ممکن است کمیاب، پنهان یا نیازمند نوآوری‌های انطباقی باشند که تشخیص آن‌ها به‌خودی خود مستلزم سطح بالایی از هوشیاری، خلاقیت و حتی ریسک‌پذیری اولیه است؛ بنا بر این، صرفِ تشخیص یک شکاف در بازار یا یک راهکار نوین برای افزایش بهره‌وری، به‌خودی خود قوی‌ترین انگیزه برای اقدام است. این امر دلالت بر آن دارد که سیاست‌های حمایتی در این اقتصادها، پیش از تمرکز بر تقویت مهارت‌های اجرایی، باید به‌طور جدی به افزایش آگاهی از فرصت‌ها، شفاف‌سازی بازار، و تسهیل دسترسی به اطلاعات مرتبط با روندهای نوظهور در بخش کشاورزی بپردازند. این در حالی است که در اقتصادهای توسعه‌یافته با بازارهای اشباع‌تر و فرصت‌های متنوع‌تر، شاید این خودکارآمدی فرد و توانایی او برای اجرای پیچیده یک ایده باشد که تمایز اصلی را در اقدام به کارآفرینی ایجاد می‌کند. به عبارت دیگر، در اقتصادهای مبتنی بر منابع، ممکن است خودکارآمدی نقش یک عامل تعدیل‌کننده یا میانجی را ایفا کند که پس از ادراک فرصت، به تحقق آن کمک می‌کند، اما جرقه اولیه و تعیین‌کننده توسط خود فرصت زده می‌شود.

یافته دیگر در این حوزه، معنادار نبودن تأثیر ترس از شکست به‌عنوان یک عامل بازدارنده است (رد H2). این نتیجه با برخی مطالعات در اقتصادهای توسعه‌یافته مانند مطالعه (Langowitz *et al.*, 2007) که ترس از شکست را مانعی جدی تلقی می‌کنند، مغایرت دارد، اما با زمینه مورد مطالعه ما و ویژگی‌های کارآفرینی مبتنی بر ضرورت سازگار است. «ویژگی‌های کارآفرینی مبتنی بر ضرورت» در اقتصادهای مبتنی بر منابع، ترس از شکست را از چند طریق تعدیل می‌کند. نخست، در

[ Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08 ]
[ DOI: 10.61882/jea.2025.427 ]

شرایطی که گزینه‌های شغلی محدود و ناپایدار هستند، افراد ممکن است تعریف متفاوتی از «شکست» داشته باشند؛ در اینجا، عدم اقدام و باقی ماندن در وضعیت نامطلوب فعلی می‌تواند به‌خودی خود نوعی شکست بزرگتر تلقی شود. دوم، وجود شبکه‌های حمایتی غیررسمی قوی‌تر در سطح جامعه و خانواده، که اغلب در جوامع با ساختارهای سنتی‌تر و اقتصادهای کمتر توسعه‌یافته مشاهده می‌شود، می‌تواند بخشی از بار روانی و مالی ناشی از شکست احتمالی یک کسب‌وکار را جذب کرده و آن را برای فرد قابل تحمل‌تر سازد. این شبکه‌ها ممکن است شامل کمک‌های مالی، حمایت‌های عاطفی، یا حتی فرصت‌های مجدد برای شروع باشند. در اقتصادهایی که با کمبود فرصت‌های شغلی رسمی، نرخ بالای بیکاری پنهان در بخش کشاورزی و رواج کشاورزی معیشتی روبرو هستند، هزینه فرصتِ[1] کارآفرین نشدن و باقی ماندن در وضعیت نامطلوب فعلی می‌تواند بسیار بالا باشد. به عبارت دیگر، ترس از «ماندن در وضعیت فعلی» (بیکاری یا درآمد ناچیز و ناپایدار) ممکن است بر ترس از «شکست در یک کسب‌وکار جدید» غلبه کند. در این شرایط، کارآفرینی نه یک انتخاب از میان گزینه‌های متعدد، بلکه یک راهکار برای بقا یا بهبود حداقلی معیشت تلقی می‌شود و این امر، نقش بازدارندگی متغیر ترس از شکست را تضعیف می‌کند. البته، این به آن معنا نیست که ریسک در این جوامع وجود ندارد، بلکه اولویت‌بندی ریسک‌ها متفاوت است و ریسک عدم اقدام ممکن است بزرگتر از ریسک اقدام تلقی شود.

نتایج پژوهش، فرضیه سوم (H3) مبنی بر برتری تأثیر سرمایه اجتماعی بر محرک‌های شناختی را نیز رد کردند. اگرچه شبکه‌سازی تأثیری مثبت و معنادار بر احتمال کارآفرینی کشاورزی دارد، اما اندازه تأثیر آن به‌وضوح کمتر از متغیرهای شناختی کلیدی است. این یافته، درک ما از نقش شبکه‌ها در این زمینه را دقیق‌تر می‌کند و بر اهمیت تفکیک میان ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی تأکید دارد. به‌نظر می‌رسد که در اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید که نهادهای رسمی ضعیف هستند، اگرچه شبکه‌های شخصی برای دسترسی به اطلاعات اولیه، منابع محدود و حمایت‌های عاطفی ضروری‌اند که مؤید نتایج (Davidsson & Honig, 2003) است، اما این شبکه‌ها به‌تنهایی کافی نیستند تا محرک اصلی اقدام کارآفرینانه باشند. کیفیت این شبکه‌ها و منابعی که در آن‌ها جریان دارند، اهمیت حیاتی دارد. اگر شبکه‌ها عمدتاً متشکل از افرادی با منابع محدود، دانش مشابه و دسترسی محدود به بازارهای بزرگتر باشند (سرمایه اجتماعی درون‌گروهی[2])، ممکن است نتوانند حمایت لازم برای جهش کارآفرینانه و ورود به فعالیت‌های نوآورانه و ارزش‌آفرین را فراهم آورند. در مقابل، دسترسی به شبکه‌های گسترده‌تر و متنوع‌تر (سرمایه اجتماعی برون‌گروهی[3]) که امکان ارتباط با بازیگران خارج از جامعه محلی، نهادهای مالی، و بازارهای جدید را فراهم می‌کند، می‌تواند نقش مؤثرتری داشته باشد. بنا بر این، این یافته نشان می‌دهد که در این زمینه، سرمایه فردی (توانایی‌های شناختی) بر صرفِ داشتن ارتباطات اجتماعی اولویت دارد و ارتباطات تنها زمانی مؤثر واقع می‌شوند که با یک فرصت ادراک‌شده واقعی، باور فرد به توانایی‌هایش و دسترسی به منابع کیفی از طریق شبکه‌ها همراه شوند.

نتایج مربوط به متغیرهای کنترلی، ابعاد ساختاری حاکم بر اکوسیستم کارآفرینی کشاورزی را روشن می‌سازند. تأثیر منفی و معنادار سن نشان می‌دهد که جوانان، احتمالاً به‌دلیل ریسک‌پذیری بالاتر، آشنایی بیشتر با فناوری‌های نوین، تحصیلات مرتبط‌تر با نیازهای روز و همچنین مواجهه با محدودیت‌های بیشتر در بازار کار رسمی، پیشران اصلی کارآفرینی در این بخش هستند. این امر می‌تواند نشان‌دهنده پتانسیل بالای نسل جوان برای تحول در بخش کشاورزی از طریق کارآفرینی باشد، مشروط بر آنکه سیاست‌های حمایتی مناسب برای آن‌ها فراهم گردد. مهم‌تر از آن، تأثیر معنادار جنسیت است که نشان می‌دهد حتی پس از کنترل عوامل شناختی و سرمایه انسانی، مردان همچنان شانس بیشتری برای ورود به کارآفرینی کشاورزی دارند. این امر صرفاً یک تفاوت فردی نیست، بلکه دلالت بر وجود موانع ساختاری و نهادی عمیق علیه زنان دارد؛ موانعی نظیر دسترسی نابرابر به مالکیت زمین و کنترل بر آن، اعتبار مالی، آموزش‌های تخصصی، فناوری‌های کشاورزی، و بازارهای فروش که در بسیاری از مطالعات نیز به آن‌ها اشاره شده است (Minniti & Naudé, 2010). این شکاف جنسیتی نه‌تنها به‌معنای عدم تحقق پتانسیل نیمی از جامعه است، بلکه می‌تواند منجر به کاهش بهره‌وری و نوآوری در کل بخش کشاورزی شود. در نهایت، تأثیر مثبت و معنادار تحصیلات دانشگاهی و در عین‌حال، بی‌معنا بودن سطح درآمد، یک یافته جالب توجه است. این نتیجه نشان می‌دهد که کارآفرینی مدرن کشاورزی، بیش از آنکه یک فعالیت نیازمند سرمایه اولیه سنگین باشد (به‌ویژه در مراحل نوپایی که ممکن است با مدل‌های کسب‌وکار کم‌هزینه آغاز شود)، یک فعالیت مبتنی بر دانش، مهارت‌های مدیریتی و سرمایه انسانی است. افراد تحصیل‌کرده توانایی بیشتری در شناسایی فرصت‌های پیچیده، تدوین طرح‌های کسب‌وکار، مدیریت منابع، نوآوری و دسترسی به شبکه‌های حرفه‌ای دارند و این عوامل، مهم‌تر از سطح درآمد فعلی خانوار آن‌ها هستند. این امر می‌تواند خبر خوبی برای سیاست‌گذارانی باشد که به دنبال ترویج کارآفرینی فراگیر و دانش‌بنیان در بخش کشاورزی هستند.

در سنتز و یکپارچه‌سازی یافته‌های کلیدی، این پژوهش تصویری چندوجهی و منسجم از محرک‌های کارآفرینی نوپای کشاورزی در اقتصادهای مبتنی بر منابع ارائه می‌دهد. الگوی غالب مشاهده‌شده، برتری آشکار محرک‌های شناختی فردی، به‌ویژه ادراک فرصت، بر سایر عوامل است. این یافته، در کنار نقش تعدیل‌شده ترس از شکست که تحت تأثیر ضرورت‌های معیشتی قرار می‌گیرد، نشانگر آن است که در این زمینه‌ها، جرقه اولیه کارآفرینی بیش از آنکه محصول شبکه‌های اجتماعی یا منابع مالی باشد، ریشه در توانایی فرد برای تشخیص یک مسیر بالقوه برای بهبود وضعیت دارد. سرمایه اجتماعی، اگرچه

[1] Opportunity Cost
[2] Bonding
[3] Bridging

[ Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08 ]
[ DOI: 10.61882/jea.2025.427 ]

به‌عنوان یک عامل تسهیل‌گر مثبت و معنادار عمل می‌کند، اما در مرتبه دوم اهمیت قرار گرفته است و کیفیت آن بیش از کمیت صرف ارتباطات، تعیین‌کننده است. در نهایت، عوامل جمعیت‌شناختی مانند سن، جنسیت و تحصیلات، چارچوب ساختاری را تشکیل می‌دهند که در آن، این پویایی‌های شناختی و اجتماعی به‌وقوع می‌پیوندند و نشانگر وجود موانع و فرصت‌های نابرابر برای گروه‌های مختلف هستند. این تصویر کلی، بر اهمیت یک رویکرد زمینه‌محور و چندبعدی برای درک و تقویت کارآفرینی کشاورزی تأکید دارد.

این پژوهش از چند جهت به ادبیات نظری کارآفرینی کمک می‌کند. نخست، با آزمون تجربی مدل‌های کارآفرینی در یک زمینه غیر غربی و کمتر مطالعه‌شده (اقتصادهای مبتنی بر منابع)، بر اهمیت حیاتی «وابستگی به زمینه[1]» در نظریه‌های کارآفرینی تأکید می‌کند. یافته‌ها نشان می‌دهند که سلسله‌مراتب اهمیت محرک‌ها (مثلاً برتری ادراک فرصت بر خودکارآمدی در این زمینه) می‌تواند بسته به ساختار اقتصادی، اجتماعی و نهادی یک کشور یا منطقه به‌طور قابل‌توجهی تغییر کند و نمی‌توان نسخه‌های واحدی را برای تمامی جوامع پیچید. این امر لزوم توسعه مدل‌های نظری بومی و تطبیق نظریه‌های موجود با ویژگی‌های خاص هر زمینه را برجسته می‌سازد. دوم، این مطالعه با رد فرضیه‌های رقابتی و تحلیل همزمان عوامل متعدد، درک دقیق‌تری از تعامل پیچیده میان سرمایه فردی (شناختی و انسانی) و سرمایه اجتماعی در مراحل اولیه شکل‌گیری فعالیت‌های کارآفرینانه ارائه می‌دهد. به‌طور خاص، یافته‌ها نشان می‌دهند که در مراحل اولیه کارآفرینی در این زمینه‌ها، توانمندی‌های فردی و تشخیص فرصت ممکن است نقشی حیاتی‌تر از صرفِ داشتن ارتباطات اجتماعی ایفا کنند، هرچند که سرمایه اجتماعی همچنان به‌عنوان یک عامل تسهیل‌گر مهم باقی می‌ماند. این نتایج می‌توانند به اصلاح و توسعه مدل‌های نظری کارآفرینی که به‌دنبال تبیین رفتار کارآفرینانه در شرایط مختلف هستند، کمک نمایند.

یافته‌های این تحقیق، پیامدهای عملی و مشخصی را برای سیاست‌گذاران و نهادهای توسعه‌ای که به‌دنبال تقویت کارآفرینی کشاورزی در اقتصادهای مبتنی بر منابع هستند، به‌همراه دارند. با توجه به نقش کلیدی ادراک فرصت، سیاست‌ها باید از حمایت‌های کلی و پراکنده فراتر روند و بر ایجاد یک «اکوسیستم اطلاعاتی» کارآمد متمرکز شوند. این امر می‌تواند شامل توسعه پلتفرم‌های دیجیتال دوسویه برای تبادل اطلاعات بازار بین کشاورزان و خریداران، حمایت از ایجاد مراکز خدمات مشاوره‌ای بازاریابی روستایی با دسترسی آسان، و برگزاری کارگاه‌های آموزشی منظم در مورد تحلیل روند بازار و شناسایی فرصت‌های نوین در زنجیره ارزش کشاورزی (مانند کشاورزی ارگانیک، گردشگری کشاورزی، یا فرآوری محصولات با ارزش افزوده بالا) باشد. همچنین، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های بازار، مانند شبکه‌های حمل و نقل و ارتباطات، بهبود دسترسی به اطلاعات دقیق و به‌روز بازار (قیمت‌ها، تقاضا، و استانداردهای کیفی)، شفاف‌سازی زنجیره‌های ارزش کشاورزی، و ترویج دسترسی به فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی (ICT) در مناطق روستایی ضروری هستند تا فرصت‌های واقعی کسب‌وکار برای افراد، به ویژه جوانان و گروه‌های کمتر برخوردار، قابل شناسایی و ارزیابی شوند. اهمیت خودکارآمدی و تحصیلات، لزوم بازنگری اساسی در نظام آموزش کشاورزی و فنی و حرفه‌ای را برجسته می‌سازد. این بازنگری باید شامل تلفیق مهارت‌های مدیریتی، مالی، بازاریابی و کارآفرینانه با آموزش‌های فنی کشاورزی باشد. برگزاری دوره‌های آموزشی هدفمند، کارگاه‌های عملی و برنامه‌های مربیگری[2] برای تقویت اعتماد به نفس، مهارت‌های حل مسئله و توانایی‌های عملی کارآفرینان بالقوه، به ویژه در مراحل اولیه شکل‌گیری ایده، ضروری است. وجود شکاف جنسیتی معنادار، نیازمند طراحی و اجرای سیاست‌های حساس به جنسیت و اقدامات مثبت است که به طور مشخص به رفع موانع پیش روی زنان کارآفرین (مانند تسهیل دسترسی به اعتبار و وام‌های خرد، تضمین حقوق مالکیت زمین، ارائه آموزش‌های متناسب با نیازهای آنان، و ایجاد شبکه‌های حمایتی ویژه زنان) بپردازد. همچنین، برای بهره‌گیری از پتانسیل جوانان و جلوگیری از مهاجرت آنان از مناطق روستایی، ایجاد برنامه‌های تشویقی و حمایتی ویژه، شامل ارائه مشاوره‌های تخصصی، تسهیل دسترسی به سرمایه اولیه و ایجاد فضاهای نوآوری و رشد (انکوباتورها و شتاب‌دهنده‌های کشاورزی) برای ورود آن‌ها به کسب‌وکارهای نوین و دانش‌بنیان کشاورزی پیشنهاد می‌شود.

این پژوهش علی‌رغم نوآوری‌های خود و تلاش برای ارائه تصویری دقیق، با محدودیت‌هایی نیز همراه است که باید در تفسیر نتایج و برنامه‌ریزی برای تحقیقات آتی مدنظر قرار گیرند. نخست، ماهیت مقطعی داده‌های مورد استفاده، اگرچه امکان بررسی همبستگی‌ها را فراهم می‌آورد، اما تحلیل دقیق روابط علی و معلولی و بررسی پویایی‌های تغییرات در طول زمان را محدود می‌سازد. این محدودیت به این معنا است که نمی‌توان با قطعیت مشخص کرد که آیا، به‌عنوان مثال، ادراک فرصت منجر به اقدام کارآفرینانه شده است یا بالعکس، افرادی که دارای تمایلات کارآفرینانه هستند، فعالانه‌تر به جستجو و شناسایی فرصت‌ها می‌پردازند. این پویایی دوسویه و احتمال وجود مسئله درون‌زایی[3] نیازمند بررسی‌های طولی و استفاده از روش‌های آماری پیشرفته‌تر است. دوم، اتکا به متغیرهای خوداظهاری، به‌ویژه در مورد سازه‌های شناختی مانند خودکارآمدی و ترس از شکست، می‌تواند با سوگیری‌های شناختی و تمایل به ارائه پاسخ‌های مطلوب اجتماعی همراه باشد.

[1] Context-Dependency
[2] Mentorship
[3] Endogeneity

[ Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08 ]
[ DOI: 10.61882/jea.2025.427 ]

سوم، تجمیع «اقتصادهای مبتنی بر منابع تولید» در یک گروه، علی‌رغم تلاش برای انتخاب کشورهای مشابه از نظر ساختار اقتصادی، تفاوت‌های فرهنگی، سیاسی و نهادی قابل‌توجه بین این کشورها را که می‌تواند بر رفتار کارآفرینانه تأثیرگذار باشد، نادیده می‌گیرد. از این‌رو، برای تحقیقات آتی انجام مطالعات طولی[1] برای بررسی پویایی‌های کارآفرینی و تغییرات نگرش‌ها و رفتارها در طول زمان و در پاسخ به مداخلات سیاستی، اجرای پژوهش‌های کیفی[2] مانند مطالعات موردی عمیق و مصاحبه با کارآفرینان برای کسب درکی غنی‌تر از فرآیندهای تصمیم‌گیری، موانع واقعی و راهکارهای آنان، و انجام مطالعات تطبیقی بین کشورهای مختلف مبتنی بر منابع تولید با در نظر گرفتن متغیرهای نهادی و فرهنگی خاص هر کشور به منظور شناسایی الگوهای خاص و عام، پیشنهاد می‌شود. همچنین، بررسی نقش تعدیل‌گر یا میانجی سایر عوامل مانند دسترسی به زیرساخت‌ها، سیاست‌های حمایتی دولتی و ویژگی‌های فرهنگی بر رابطه میان محرک‌های مورد بررسی و کارآفرینی کشاورزی می‌تواند به غنای بیشتر این حوزه کمک کند.

**References**

Afandi, E., Kermani, M., & Mammadov, F. (2017). Social capital and entrepreneurial process. *International Entrepreneurship and Management Journal, 13*(3), 685–716. https://doi.org/10.1007/s11365-016-0421-8

Al Bakri, A., & Mehrez, A. (2017). Factors influencing entrepreneurial intentions among Arab students. *International Journal of Entrepreneurship,* 21(3), 1–17.

Aldrich, H., Zimmer, C., & Jones, T. (1986). Small business still speaks with the same voice: a replication of 'the voice of small business and the politics of survival'. *The Sociological Review*, *34*(2), 335-356.

Ali, J. (2016). Performance of small and medium-sized food and agribusiness enterprises: evidence from .Indian firms *International Food and Agribusiness Management Review,* 19(4), 53-64

Alsos, G. A., Carter, S., & Ljunggren, E. (2011). *The handbook of research on entrepreneurship in agriculture and rural development*. Edward Elgar Publishing.

Arenius, P., & Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics,* 24(3), 233–247. https://doi.org/10.1007/s11187-005-1984-x

Audretsch, D. B., Grilo, I., & Thurik, A. R. (2007). *Handbook of research on entrepreneurship policy*. Edward Elgar Publishing.

Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review,* 84(2), 191–215.

Barnes, A. P., Hansson, H., Manevska-Tasevska, G., Shrestha, S. S., & Thomson, S. G. (2015). The influence of diversification on long-term viability of the agricultural sector. *Land Use Policy,* 49, 404–412. https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2015.08.023

Baumol, W. J. (1996). Entrepreneurship: Productive, unproductive, and destructive. *Journal of Business Venturing,* 11(1), 3–22.

Boyd, N. G., & Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice,* 18(4), 63–77.

Brixy, U., & Hessels, J. (2010). Human capital and start-up success of nascent entrepreneurs. *EIM Research, Reports H .201013*

Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing,* 13(4), 295–316.

Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology, 94*, S95–S120.

Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing,* 18(3), 301–331.

de Sousa-Filho, J. M., de Souza Lessa, B., Garcia-Salirrosas, E. E., & de Carvalho Castro, J. L. (2023). The role of fear of failure on students' entrepreneurial intentions in Latin America. *The International Journal of Management Education,* 21(3), 100880.

Grande, J., Madsen, E. L., & Borch, O. J. (2011). The relationship between resources, entrepreneurial orientation and performance in farm-based ventures. *Entrepreneurship & Regional Development,* 23(3–4), 89–111.

Granovetter, M. (2002). A theoretical agenda for economic sociology. *Theory and Society, 48*, 35–60.

Greene, W. H. (2008). The econometric approach to efficiency analysis. In *The Measurement of Productive Efficiency and Productivity Growth,* 1(1), 92–250.

Gujarati, D. N. (2021). *Essentials of econometrics*. Sage Publications.

Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis* (5th ed.). Prentice Hall.

Hill, S., Ionescu-Somers, A., Coduras, A., Guerrero, M., Roomi, M. A., Bosma, N., Sahasranamam, S., & Shay, J. (2022). *Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022 Global Report: Opportunity Amid Disruption*. Expo 2020 Dubai.

[1] Longitudinal

[2] Qualitative

[ Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08 ]

[ DOI: 10.61882/jea.2025.427 ]

Jamshidi, O., Sobhani, S. M. J., Mokhber Dezfoli, A., & Hajimirrahimi, S. D. (2023). Strategic analysis of the development of agricultural businesses (study of Karaj County). *Journal of Economics and Agriculture,* 10(1), 93–106. [In Persian]

Jia, X., Zhang, N., Tong, T., Li, Y., & Han, R. (2025). Social networks, financial knowledge, and urban–rural family entrepreneurship. *Frontiers in Rural Development,* 76, 107029.

Kalleberg, A. L., & Leicht, K. T. (1991). Gender and organizational performance: Determinants of small business survival and success. *American Sociological Review,* 34(1), 136–161.

Krueger Jr, N. F. (2003). The cognitive psychology of entrepreneurship. In Handbook of entrepreneurship *research: An interdisciplinary survey and introduction* (pp. 105-140). Boston, MA: Springer US.

Langowitz, N., & Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship Theory and Practice,* 31(3), 341–364.

Lans, T., Seuneke, P., & Klerkx, L. (2020). Agricultural entrepreneurship. In *Encyclopedia of Creativity, Invention, Innovation, and Entrepreneurship* (pp. 43–49). Springer.

Lans, T., Van Galen, M., Verstegen, J., Biemans, H., & Mulder, M. (2014). Searching for entrepreneurs among small business owner-managers in agriculture. *Journal of Learning Studies,* 68, 41–51.

Light, I., & Dana, L. P. (2013). Boundaries of social capital in entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice,* 37(3), 603–624.

Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice,* 33(3), 593–617.

Luyckx, M., & Reins, L. (2022). The future of farming: The (non)sense of big data predictive tools for sustainable EU agriculture. *Sustainability,* 14(20), 12968.

Markussen, S., & Røed, K. (2017). The gender gap in entrepreneurship: The role of peer effects. *Journal of Economics & Business Organization,* 134, 356–373.

McElwee, G. (2008). A taxonomy of entrepreneurial farmers. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business,* 6(3), 465–478.

McKelvie, A., & Wiklund, J. (2010). Advancing firm growth research: A focus on growth mode instead of growth rate. *Entrepreneurship Theory and Practice,* 34(2), 261–288.

McMullen, J. S., & Shepherd, D. A. (2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management Review,* 31(1), 132–152.

Minniti, M., & Nardone, C. (2007). Being in someone else's shoes: The role of gender in nascent entrepreneurship. *Small Business Economics,* 28(2), 223–238.

Minniti, M., & Naudé, W. (2010). What do we know about the patterns and determinants of female entrepreneurship across countries? In M. Minniti (Ed.), *Entrepreneurship and Development Research, Vol.* 22 (pp. 277–293). Springer.

Nabi, G., & Liñán, F. (2013). Considering business start-up in recession time: The role of risk perception and economic context in shaping entrepreneurial intent. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research,* 19(6), 633–655.

Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review, 23*(2), 242–266.

Pindado, E., & Sánchez, M. J. (2017). Researching the entrepreneurial behaviour of new and existing ventures in European agriculture. *Small Business Economics, 49*, 421–444.

Poulton, C., Kydd, J., & Dorward, A. (2006). Overcoming market constraints on pro-poor agricultural growth in Sub-Saharan Africa. *Development Policy Review, 24*(3), 243–277.

Ramos-Rodriguez, A.-R., Medina-Garrido, J.-A., Lorenzo-Gómez, J.-D., & Ruiz-Navarro, J. (2010). What you know or who you know? The role of intellectual and social capital in opportunity recognition. *International Small Business Journal, 28*(6), 566–582.

Rubin, D. B. (2004). *Multiple Imputation for Nonresponse in Surveys* (Vol. 81). John Wiley & Sons.

Sardar Shahraki, A., & Tash, M. J. (2023). Prioritization of factors affecting the development of rural-agricultural entrepreneurship in Sistan region. *Journal of Economics and Agriculture, 10*(2), 31–45. [In persian]

Schnell, I., Greenberg, Z., Arnon, S., & Shamai, S. (2017). Entrepreneurship in the periphery and local growth: The case of northern Israel. *GeoJournal*, 82, 217–229.

Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review,* 25(1), 217–226.

Shaver, K. G., & Scott, L. R. (1992). Person, process, choice: The psychology of new venture creation. *Entrepreneurship Theory and Practice,* 16(2), 23–46.

Vaillant, Y., & Lafuente, E. (2007). Do different institutional frameworks condition the influence of local fear of failure and entrepreneurial examples over entrepreneurial activity? *Entrepreneurship & Regional Development,* 19(4), 313–337.

Vossenberg, S. (2013). Women entrepreneurship promotion in developing countries: What explains the gender gap in entrepreneurship and how to close it. *Making Social Work Practice Sustainable,* 8(1), 1–27.

William, B. (1996). Entrepreneurship: Productive, unproductive, and destructive. *Journal of Business Venturing,* 11(1), 3–22.

[ Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08 ]

[ DOI: 10.61882/jea.2025.427 ]

World Bank. (2022). *Global Economic Prospects, January 2022*. World Bank Publications.
Zhao, W., Yang, T., Hughes, K. D., & Li, Y. (2021). Entrepreneurial alertness and business model innovation: The role of entrepreneurial learning and risk perception. *Journal of Entrepreneurial Marketing,* 17(2), 839–864.

[ Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08 ]

[ DOI: 10.61882/jea.2025.427 ]