

## تحلیل موانع و محدودیت‌های توسعه اشتغال در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی ایران

فرشته غیاث‌وندغیائی\*

استادیار دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تاکستان، تاکستان، ایران

سیدجمال فرج‌الله‌حسینی

دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

### چکیده

پژوهش حاضر با هدف تحلیل عوامل، موانع و محدودیت‌های توسعه اشتغال در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی ایران، در چارچوب پژوهش‌های توصیفی-پیمایشی انجام شده است. نمونه آماری این پژوهش ۲۵۰ تعاونی از تعاونی‌های تولیدی شش استان کشور هستند که با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای با انتساب متناسب از شش منطقه کشور انتخاب، و با ابزار پرسشنامه مورد مطالعه قرار گرفتند. ضریب آلفای کرونباخ، به منظور تشخیص پایایی پرسشنامه‌ها برابر با ۰/۸۶ محاسبه گردیده است. روایی محتوایی پرسشنامه نیز با نظرخواهی از کارشناسان و اساتید مرتبط با موضوع، تایید شده است. پس از تکمیل پرسشنامه‌ها و گردآوری داده‌ها از نرم‌افزار SPSS برای تحلیل داده‌ها بر اساس تکنیک تحلیل عاملی از نوع اکتشافی بهره گرفته شد. نتایج مربوط به تحلیل عاملی موانع و محدودیت‌های کارآفرینی تعاونی‌ها، منجر به استخراج هفت مانع شد. این موانع به ترتیب اهمیت عبارتند از: مانع اطلاع‌رسانی، فنی، مالی، ساختاری، بازاریابی و فروش، مدیریتی و قانونی که در مجموع ۷۶/۵۴۷ درصد واریانس کل موانع و محدودیت‌های اشتغال‌زایی تعاونی‌های تولیدی کشاورزی را تبیین نموده‌اند. همچنین نتایج حاصل از رگرسیون چندگانه نشان داد که سه مانع اطلاع‌رسانی، مالی و فنی به‌عنوان متغیر مستقل در سه گام وارد معادله شدند و در مجموع ۳۰ درصد از تغییرات موانع تأثیرگذار بر توسعه فعالیت‌های تعاونی را تبیین کرده‌اند. موانع مالی، فنی و اطلاع‌رسانی، و قانونی نیز در مجموع ۵۰ درصد از تغییرات موانع تأثیرگذار بر متغیر وابسته افزایش تعداد اعضا را تبیین نموده‌اند.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، توسعه اشتغال، تعاونی‌های تولیدی کشاورزی، موانع و محدودیت‌ها، تحلیل عاملی.

## مقدمه

جامعه در حال تغییر امروزی تقاضاهای جدیدی دارد که توانایی تغییر و تجدیدنظر در آن یک عنصر ضروری به نظر می‌رسد و می‌باید توانایی رویارویی با این مشکلات و چالش‌ها جزء مهارت‌های اساسی افراد جامعه باشد (احمدپورداریانی، ۱۳۸۲). کشور ما در دهه‌های اخیر با تغییرات بیرونی و درونی بسیاری مواجه بوده‌اند. در راستای رویارویی با این چالش‌ها، بخش کشاورزی و دیگر بخش‌ها دستخوش تغییرات بسیاری به‌ویژه در بخش مشاغل یا کسب و کارهای کوچک<sup>۱</sup> و تعاونی‌های کشاورزی بوده است. سرعت تغییر در زمینه‌های مختلف ناشی از سرعت تغییر در دانش مورد نیاز برای انجام وظایف تخصصی می‌باشد. به روز شدن و هماهنگی با ساختارهای جدید در دنیای پیچیده امروز، امری اجتناب‌ناپذیر می‌نماید (D- Intrligator, 2004). این تغییرات نیاز به سازگاری در زمینه‌های مختلف جامعه جهت دستیابی به معیشت پایدار، توسعه مشاغل و همچنین دسترسی به خدمات مالی پایدار دارد. در شرایط حاضر اهمیت ایجاد اشتغال با توجه به جمعیت و نرخ رشد بیکاری از سویی، و نقش اقتصادی تعاونی‌ها در کنار ارزش‌های انسانی تعاون، همچون عدالت، انصاف، همبستگی، مشارکت اعضاء و... از سویی دیگر، لزوم توجه و برنامه‌ریزی دقیق‌تر در زمینه ایجاد تعاون و اشتغال‌زایی را بدیهی می‌سازد (ILO, 2008).

از آنجایی که امروزه توسعه کارآفرینی و بهسازی مشاغل کوچک به‌عنوان استراتژی اشتغال‌زایی و رشد اقتصادی در بسیاری از جوامع می‌باشد، آگاهی و دانش بیشتری در مورد تعاونی‌ها و اشتغال‌زایی آن‌ها به‌عنوان «گزیدار حرفه‌ای» برای افراد مورد نیاز می‌باشد (Nippierd, 2002). اهمیت توسعه مشاغل کوچک در ایران شامل موارد زیر می‌باشد: تشویق و ترغیب جوانان و فارغ‌التحصیلان به خوداشتغالی در مناطق شهری و روستایی؛ کاهش وابستگی به دولت و شرکت‌های بزرگ از نظر استخدام افراد و تحقق هدف خصوصی‌سازی دولت‌ها. مشاغل کوچک مقیاس، محرک توسعه روستایی بوده و دستیابی به یک سطح معنی‌دار استقلال اقتصادی و توسعه روستایی را امکان‌پذیر می‌سازد (احمدپورداریانی، ۱۳۸۶؛ یعقوبی و حسینی، ۱۳۸۶).

هر چند نتیجه توسعه تعاونی‌ها ایجاد مشاغل بیشتر و پایداری مشاغل ایجاد شده خواهد بود، ولی موانعی نیز در انجام این امر وجود خواهد داشت. بنابراین شناسایی موانع موجود در راستای توسعه تعاونی‌های تولیدی کشاورزی و اشتغال‌زایی تعاونی‌ها ضروری می‌نماید. تحقیقات مختلفی موانع و محدودیت‌های موجود بر اشتغال تعاونی‌ها را مورد بررسی، و تجزیه و تحلیل قرار داده‌اند. نتایج این تحقیقات حاکی از آن است که عوامل مختلفی اشتغال تعاونی‌ها را تحت تاثیر قرار می‌دهند. برای آگاهی از نتایج پژوهش‌های پیشین مرتبط با موضوع تحقیق، به تعدادی از آن‌ها اشاره می‌شود.

مرکز پایش کارآفرینی نتیجه گرفته است که نگرش‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه و مردم در انگلستان عمده‌ترین و اصلی‌ترین مانع رشد خوداشتغالی و کسب و کار کوچک بوده است (Robertson, 2003).

<sup>1</sup> Small Business

پیشرفت مشاغل کوچک به‌عنوان عامل افزایش فرصت‌های شغلی، به‌ویژه در مناطق دارای اقتصاد حاشیه‌ای مانند نواحی روستایی شناخته شده است. توسعه تعاونی‌های تولیدی ابزاری بسیار مهم برای کمک به جوامع روستایی و کشاورزی جهت ایجاد اشتغال و تنوع منابع درآمدی مورد نیاز آن‌ها می‌باشد (United Nations, 2007). همچنین دولت‌ها بسیاری سیاست‌های حمایتی ایجاد مشاغل توسط تعاونی‌ها را تقویت کرده و بر این عقیده دارند که توانمندسازی افراد با ایجاد تعاونی‌های کارآفرین و اشتغال‌زایی، رهیافت بسیار کارآیی در کشورهای در حال توسعه شناخته شده است که در نتیجه آن رشد اقتصادی و اشتغال‌زایی تعاونی‌ها را به همراه خواهد داشت. در بررسی موانع کارآفرینی خلاء کادر فنی مجرب در بخش تعاونی از مهم‌ترین مشکلات امروزی تعاونی‌ها بیان شده‌اند (Coulter, 2005; Fulton, 1999). از آنجایی که امروزه توسعه کارآفرینی و بهسازی مشاغل کوچک به‌عنوان استراتژی اشتغال‌زایی و رشد اقتصادی در بسیاری از جوامع می‌باشد، آگاهی و دانش بیشتری در مورد تعاونی‌ها و اشتغال‌زایی آن‌ها به‌عنوان «گزیدار حرفه‌ای» برای افراد ذی‌نفع لازم است (Nippierd, 2002).

در مطالعه‌ای بر کشاورزان نروژ، نتایج نشان داد که توسعه کارآفرینی باعث افزایش دسترسی افراد به اطلاعات شده و در نهایت این اطلاعات منجر به ایجاد شبکه‌های کسب و کار منسجم گشته و فرصت‌های شغلی را فراهم می‌آورد (Ronning & Ljunggren, 2007). عوامل فنی نیز چالش بسیار مهمی در توسعه اشتغال تعاونی‌ها بوده است.

تحقیق یعقوبی و حسینی نشان داد که مهم‌ترین مانع توسعه کارآفرینی در تعاونی‌ها محدودیت فنی بوده است (یعقوبی و حسینی، ۱۳۸۶). یافته‌های دیگر نشان دادند که قوانین، مقررات و محیط سیاسی، شرط لازم افزایش ظرفیت اشتغال و توسعه کلیه فعالیت‌های تعاونی‌ها می‌باشد (Pages & Markley, 2004; Smit, 2004).

علاوه بر موانعی که مورد بررسی قرار گرفت، بهبود برنامه‌ریزی مالی و وجود نقدینگی باعث موفقیت تعاونی‌ها شد و در صورت عدم حمایت‌های مالی، این کمبود منجر به ایجاد مانعی بر ایجاد کسب و کار موفق در تعاونی‌ها می‌شود. از طرفی بازاریابی همواره یکی از مهم‌ترین مسائلی بوده که در تعاونی‌های تولیدی مطرح بوده است. هرچند طرح مفهوم تعاونی‌های اشتغال‌زا و کارآفرین جدید می‌باشد، ولی ترکیب مهارت‌های بازاریابی با سایر مهارت‌های مورد نیاز تعاونی‌ها ظرفیت بالقوه‌ای برای تقویت درآمدزایی و اشتغال‌زایی تعاونی‌ها و در نهایت توسعه این بخش خواهد داشت (United Nations, 2007; United Nations, 2004).

افزایش جمعیت کشورهای در حال رشد، کاهش منابع و امکانات موجود در این کشورها و پیدایش نیازهای اجتماعی و اقتصادی جدید همگی سبب توجه نهادها و مقامات مسئول در این کشورها به این نیازها و چاره‌اندیشی بنیادین یا مقطعی برای آن‌ها شده است. بنا بر بررسی‌های به‌عمل آمده و بر اساس آمارهای

موجود، یکی از مهم‌ترین مشکلات فراروی جوامع در حال توسعه و حتی کشورهای صنعتی، مشکل بیکاری بوده است (احمدپورداریانی، ۱۳۸۲).

طبق گزارش وزارت تعاون ۱۳۸۶ آمار کل تعاونی‌های ثبت شده کشور از ابتدا تا پایان مرداد ماه سال ۱۳۸۶ در کشور ۱۱۲۹۱۱ تعاونی می‌باشد که بسیاری از این تعاونی‌ها به دلایل مختلف از جمله عدم سودآوری پس از تشکیل، به صورت غیرفعال درآمده‌اند (حسینی‌نیا، ۱۳۸۶).

با اندکی تامل به آمار تعاونی‌های ثبت شده کشاورزی در کشور از ابتدا تا پایان مرداد ماه سال ۱۳۸۶ که ۲۶۴۱۰ تعاونی در گرایش‌های مختلف کشاورزی می‌باشند، و مقایسه این تعداد با ۱۰۲۱۳ تعاونی فعال در سال ۱۳۸۵، متوجه می‌شویم که تعاونی‌های دیگر غیرفعال و یا منحل شده‌اند و یا در دیگر شرکت‌های تعاونی ادغام گشته‌اند، به عبارت دیگر ۶۱ درصد شرکت‌های تعاونی به ثبت رسیده کشاورزی به دلایلی توانایی فعالیت در زمینه کشاورزی را دارا نمی‌باشند. هر چند موانع توسعه اشتغال تعاونی‌ها زیاد می‌باشند، اما فرصت‌های موجود برای افراد خلاق، نوآور و کاردان بیشتر از محدودیت‌هاست. در این راستا تعاونی‌های تولیدی کشاورزی باید خود را برای رویارویی با محیط دائماً در حال تغییر امروزی آماده سازند که بالطبع ایجاد روش‌های بهره‌برداری و ایجاد ارزش جدید، سازمان‌ها و گروه‌ها را تحت‌تاثیر قرار می‌دهد. این افراد و گروه‌ها باید وقت و انرژی زیادی در تعریف دیدگاه، رسالت و استراتژی‌های ریسک اجتماعی صرف نمود، تا بتوانند طرح کسب و کار را تعریف کرده و آن را به‌طور موفقیت‌آمیز به اجرا درآورند. با شناسایی موانع و محدودیت‌های توسعه اشتغال در تعاونی‌های تولید کشاورزی جهت توسعه شرکت‌های تعاونی تولیدی در بخش کشاورزی و تسریع روند جذب، تبدیل ابتکارات و نوآوری در تعاونی‌ها مثمرتر بوده و نقطه آغازی برای ایجاد کسب و کار پایدار و تشکیل تعاونی‌های کارآفرین خواهد بود.

## اهداف تحقیق

هدف کلی این پژوهش تحلیل موانع و محدودیت‌های توسعه اشتغال در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی ایران است که برای دستیابی به آن اهداف خرد زیر تعریف شده‌اند:

۱. شناسایی مشوق‌های راه‌اندازی شرکت‌های تعاونی تولید کشاورزی؛
۲. شناسایی عوامل برانگیزنده اعضاء تعاونی به انجام کار گروهی در قالب تعاونی؛
۳. بررسی و شناخت موانع و محدودیت‌های اشتغال در تعاونی‌های کشاورزی؛
۴. شناسایی عناصر، ابعاد و مولفه‌های موثر بر اشتغال در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی.

## روش پژوهش

دیدگاه کلی حاکم بر تحقیق حاضر، کمی است. تحقیق حاضر از جنبه هدف از نوع کاربردی، از نظر میزان نظارت و درجه کنترل، میدانی و از لحاظ گردآوری اطلاعات توصیفی، از نوع پیمایشی می‌باشد. پس از تعیین چارچوب جامعه آماری، ۱۱۷۶۰ تعاونی فعال وجود داشتند که برای تعیین حجم نمونه از آن‌ها بهره

گرفته شد. از بین ۳۰ استان کشور که وزرات تعاون بر اساس تشابهات آن‌ها به شش منطقه تقسیم شده بودند، از هر منطقه یک استان به صورت تصادفی انتخاب (جمعاً ۱۸۹۱ تعاونی) و متناسب با تعداد تعاونی و با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه محاسبه شده برابر با ۲۵۰ تعاونی تعیین شد. پرسشنامه‌های تهیه شده با محاسبه حضوری از مدیران عامل هر یک از تعاونی‌ها تکمیل گردید.

جدول ۱- برآورد حجم نمونه به تفکیک مناطق شش‌گانه وزارت تعاون

منطقه	طبقه‌بندی استان‌ها	تعداد تعاونی	درصد تعاونی	حجم نمونه
۱	آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی، اردبیل، زنجان، کردستان	۲۸۹	۱۵/۲	۳۸
۲	خراسان جنوبی، خراسان شمالی، خراسان رضوی، گلستان، سیستان و بلوچستان	۲۲۹	۱۲/۲	۳۱
۳	تهران، قم، مرکزی، سمنان، گیلان، قزوین، مازندران	۲۳۵	۱۲/۴	۳۲
۴	فارس، بوشهر، کهگیلویه و بویراحمد، هرمزگان	۴۶۴	۲۴/۵	۶۱
۵	اصفهان، چهارمحال و بختیاری، یزد، کرمان	۲۱۷	۱۱/۵	۲۸
۶	لرستان، کرمانشاه، ایلام، همدان، خوزستان	۴۵۷	۲۴/۲	۶۰
	کل	۱۸۹۱	۱۰۰	۲۵۰

روایی محتوایی پرسشنامه با استفاده از نظرات کارشناسان و اساتید مرتبط با موضوع مورد تایید قرار گرفت. آزمون مقدماتی به منظور سنجش پایایی ابزار تحقیق بین ۳۰ تعاونی در استان تهران (خارج از جامعه آماری) صورت گرفت. مقدار ضریب آلفای کرونباخ برای بخش‌های مختلف پرسشنامه در جدول شماره ۲ آورده شده است. در این تحقیق پس از جمع‌آوری داده‌ها و کدگذاری پرسشنامه‌ها با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS و آماره‌های توصیفی و استنباطی، به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده گردید.

جدول ۲- مقادیر آلفای کرونباخ برای تعیین پایایی بخش‌های مختلف ابزار سنجش

نام عامل	تعداد متغیر	مقدار آلفای کرونباخ
وضعیت موجود در تعاونی	۴	۰/۹۲
عوامل برانگیزنده کار گروهی	۹	۰/۹۴
مشوق انجام کار گروهی	۱۰	۰/۸۵
موانع و محدودیت‌های کارآفرینی	۵۵	۰/۸۱

## یافته‌ها

نتایج محاسبه ضریب تغییرات نشان داد که دوستان، اساتید دانشگاه، خانواده و اقوام نزدیک اعضای تعاونی‌ها به ترتیب با ضریب تغییرات ۰/۲۱۳، ۰/۲۱۴، ۰/۲۲۹ و ۰/۲۹۰ در اولویت اول تا چهارم به عنوان مشوق در راه‌اندازی شرکت‌های تعاونی بوده‌اند. همچنین شرکت‌های تعاونی موفق، رسانه‌ها و صاحبان

حرفه‌ها به ترتیب با ضریب‌تغییرات ۰/۳۳۷، ۰/۴۹۲ و ۰/۵۰ در سه رتبه آخر قرار گرفته‌اند. سایر مشوق‌ها به ترتیب اولویت در جدول شماره ۳ گزارش شده است.

جدول ۳- رتبه‌بندی مشوق‌های راه‌اندازی شرکت‌های تعاونی تولید کشاورزی

رتبه	ضریب‌تغییرات	انحراف‌معیار	میانگین رتبه‌ای	متغیرها
۱	۰/۲۱۳	۰/۸۵۲	۴/۰۰	دوستان
۲	۰/۲۱۴	۰/۸۴۱	۳/۹۲	اساتید دانشگاه
۳	۰/۲۲۹	۰/۸۹۳	۳/۸۷	خانواده
۴	۰/۲۹۰	۰/۹۹۸	۳/۴۱	اقوام نزدیک
۵	۰/۳۱۶	۱/۰۸	۳/۴۱	کارآفرینان
۶	۰/۳۲۱	۱/۰۱	۳/۴۱	مروجین و کارشناسان کشاورزی
۷	۰/۳۳۷	۱/۱۱	۳/۲۹	شرکت‌های تعاونی موفق
۸	۰/۴۹۲	۱/۳۷	۲/۷۸	رسانه‌ها (نظیر رادیو و تلویزیون، اینترنت و...)
۹	۰/۵۰	۱/۳۲	۲/۶۹	صاحبان حرفه‌ها

به منظور تعیین اولویت عواملی که افراد را به انجام کار گروهی برمی‌انگیزد از ضریب‌تغییرات استفاده شد. جدول شماره ۴ رتبه‌بندی عوامل موثر بر انجام کار گروهی توسط اعضای تعاونی‌های تولید کشاورزی را از دیدگاه کارشناسان نشان می‌دهد.

جدول ۴- رتبه‌بندی عوامل برانگیزاننده افراد به انجام کار گروهی در قالب تعاونی

رتبه	ضریب‌تغییرات	انحراف‌معیار	میانگین رتبه‌ای	عوامل
۱	۰/۱۷۲	۰/۷۰۵	۴/۰۹	کسب درآمد بیشتر
۲	۰/۱۴۷	۰/۶۲۸	۴/۲۶	یافتن شغل
۳	۰/۱۷۰	۰/۷۳۲	۴/۳۰	رسیدن به استقلال مالی
۴	۰/۲۱۲	۰/۸۳۹	۳/۹۴	اخذ تسهیلات اعطایی وزارت تعاون
۵	۰/۲۷۱	۱/۰۶	۳/۶۴	علاقه به فعالیت به صورت گروهی
۶	۰/۲۳۴	۰/۸۹۰	۳/۷۹	اجرای یک ایده نو
۷	۰/۲۹۴	۱/۰۶	۳/۶۲	ناتوانی مالی در کسب و کار فردی
۸	۰/۳۲۱	۱/۱۰	۳/۴۲	عدم امکان انجام فعالیت فعلی شرکت تعاونی به صورت فردی
۹	۰/۳۲۶	۱/۱۲	۳/۴۳	ایجاد اشتغال برای دیگران
۱۰	۰/۳۶۸	۱/۲۱	۳/۲۸	کمک به جامعه

بر اساس نتایج ضریب‌تغییرات، کسب درآمد بیشتر با ضریب‌تغییر ۰/۱۷۲؛ یافتن شغل، ۰/۱۴۷؛ رسیدن به استقلال مالی، ۰/۱۷۰ و تسهیلات اعطایی وزارت تعاون ۰/۲۱۲ به ترتیب مهم‌ترین عوامل تاثیرگذار بر انجام کار گروهی شرکت‌های تعاونی بوده‌اند. کم‌اهمیت‌ترین عوامل، عدم امکان انجام فعالیت فعلی شرکت

تعاونی به صورت فردی با ضریب تغییر ۰/۳۲۱، ایجاد اشتغال برای دیگران، ۰/۳۲۶ و کمک به جامعه، ۰/۳۶۸ بوده‌اند.

### تحلیل عاملی موانع و محدودیت‌های اشتغال‌زایی تعاونی‌های تولید کشاورزی از دیدگاه کارشناسان تعاونی‌ها

با توجه به تنوع و گستردگی موانع و محدودیت‌های مطرح شده توسط پاسخگویان، جهت دسته‌بندی متناسب و هم‌ساز موانع و محدودیت‌ها، تحلیل عاملی اکتشافی انجام شد. برای تشخیص مناسب بودن داده‌های گردآوری شده پیرامون مناسب بودن داده‌ها برای انجام تکنیک، از آزمون بارتلت و شاخص KMO بهره گرفته شد. معنی‌داری آزمون بارتلت با اطمینان ۹۹ درصد و مقدار مناسب شاخص KMO (۰/۷۸۳) بر مناسب بودن گویه‌ها برای استخراج عامل‌ها دلالت دارد.

جدول ۵- مقدار KMO، آزمون بارتلت و سطح معنی‌داری آزمون

KMO	آزمون بارتلت	df	سطح معنی‌داری
۰/۷۸۳	۴۳۲۲/۷۸۵	۱۰۸۱	۰/۰۰۰

مقدار ویژه یک، به عنوان معیار استخراج تعداد عامل‌ها در نظر گرفته شده است که بر این مبنا تعداد هفت عامل استخراج شد که در کل ۳۵ متغیر را در بر گرفت. عامل‌های استخراج شده، نام‌گذاری و به همراه مقدار ویژه، درصد واریانس و درصد واریانس تجمعی در جدول شماره ۶ نشان داده شده است.

جدول ۶- عامل‌های استخراج شده به همراه مقدار ویژه، درصد واریانس و درصد تجمعی

عامل‌ها	مقدار ویژه	درصد واریانس مقدار ویژه	درصد تجمعی واریانس مقدار ویژه
اطلاع‌رسانی	۱۰/۱۰۵	۲۱/۵۰۰	۲۱/۵۰۰
فنی	۷/۱۵۹	۱۵/۲۳۲	۳۶/۷۳۲
مالی	۷/۰۲۱	۱۵/۰۳۶	۵۱/۷۶۸
ساختاری	۶/۰۶۷	۱۱/۰۶۷	۶۲/۸۳۶
بازاریابی و فروش	۵/۲۰۲	۵/۹۶۶	۶۸/۸۰۱
مدیریتی	۱/۸۰۴	۴/۷۳۳	۷۳/۵۴۳
قانونی	۱/۷۶۵	۳/۰۱۳	۷۶/۵۴۷

بر اساس یافته‌های حاصل از جدول شماره ۶، هفت عامل استخراج شده در مجموع ۷۶/۵۴۷ درصد واریانس کل را تبیین کرده‌اند. اطلاع‌رسانی با مقدار ویژه ۱۰/۱۰۵ بیشترین میزان واریانس کل (۲۱/۵۰۰) را تبیین کرده است. عامل‌های بعدی به ترتیب اهمیت عبارتند از عامل فنی، مالی، ساختاری، اقتصادی، بازاریابی و فروش، و مدیریتی.

جدول ۷- متغیرهای بار شده بر هر یک از موانع و محدودیت‌ها و میزان بار عاملی استخراج شده از ماتریس دوران یافته\*

نام عامل	متغیرها	بارعاملی متغیرها
اطلاع‌رسانی	عدم ایجاد مراکز مشاوره برای راهنمایی و رفع مشکلات بیکاری شرکت‌های تعاونی جهت ایجاد فضای بهتری برای فعالیت‌های فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی	۰/۵۴۰
	عدم ایجاد ارتباط مستقیم فارغ‌التحصیلان بیکار با شرکت‌های تعاونی موفق	۰/۶۸۱
	عدم استفاده از رسانه‌های انبوهی مانند رادیو و تلویزیون جهت آموزش کارآفرینی	۰/۷۳۲
	ضعف سیستم‌های اطلاع‌رسانی و ارتباطات در محیط‌های کشاورزی	۰/۶۸۷
	عدم مشارکت اعضاء در انجام کارها به دلیل عدم اطلاع از اهداف، فلسفه و ماهیت تعاونی‌ها	۰/۷۵۳
	عدم اطلاع‌رسانی به مردم در خصوص امکاناتی که دولت برای ترغیب مردم به ایجاد و گسترش اشتغال در جامعه تدارک دیده است	۰/۷۲۸
	عدم آگاهی و آموزش‌های لازم به مردم در زمینه ماهیت، اهداف، کارکردها و ویژگی‌های تعاونی‌ها	۰/۶۲۳
فنی	فقدان توجیه مالی، فنی و تکنولوژیکی اولیه برای طرح	۰/۷۷۱
	عدم مکان‌یابی مناسب جهت اجرای طرح	۰/۷۹۶
	پایین بودن تکنولوژی ماشین‌آلات، تجهیزات و فرسودگی آن‌ها	۰/۸۰۳
	وجود مشکل جهت تأمین زمین و امکانات زیربنایی مورد نیاز استقرار تعاونی‌ها	۰/۸۶۶
مالی	کمبود نقدینگی جهت تأمین سرمایه در گردش مالی مورد نیاز تعاونی‌ها	۰/۵۷۱
	عدم توانایی تعاونی در تأمین وثیقه و انتظارات قانونی بانک و صندوق تعاون در قبال تسهیلات مورد نیاز	۰/۷۱۶
	عدم اعطاء تسهیلات به میزان نیاز واقعی طرح	۰/۶۱۸
	طولانی بودن زمان پرداخت تسهیلات توسط بانک یا صندوق تعاون	۰/۶۲۷
	اخذ پول با بهره بالا خارج از سیستم بانکی و مشکلات بازپرداخت آن	۰/۶۴۷
میزان اشتباهات و سهل‌انگاری در سندهای مالی	۰/۷۳۴	
ساختاری	ناهماهنگی بین سازمان‌های ذی‌ربط در فرایند ترویج کارآفرینی	۰/۵۷۷۵
	وجود موانع ساختاری و اداری برای فعالیت‌های کارآفرینان کشاورزی	۰/۸۰۲
	عدم آشنایی تحصیلکردگان دانشگاهی با ساختار و شیوه فعالیت در شرکت تعاونی کشاورزی	۰/۸۴۹
بازاریابی و فروش	بالا بودن قیمت تمام شده محصولات تولیدی شرکت تعاونی	۰/۶۴۷
	اشباع بازار به دلیل ورود کالاهای ارزان قیمت مشابه خارجی	۰/۶۴۹
مدیریتی	فقدان توجیه مالی، فنی و اقتصادی اولیه برای طرح	۰/۷۷۶
	عدم مرغوبیت و پایین بودن کیفیت محصولات تولیدی	۰/۷۳۴
	جابجایی و تغییر مدیریت تعاونی‌ها	۰/۵۸۳
	ناکافی بودن توان علمی و تخصصی مدیران تعاونی	۰/۶۹۷
	پایین بودن توان اجرایی مدیران تعاونی	۰/۸۴۶
قانونی	عدم وجود نظام ارزشیابی و بازرسی تعاونی‌ها	۰/۵۸۶
	نبود حمایت واقعی از نوآوران در ارایه طرح‌های نوین فعالیت در بخش تعاونی	۰/۷۳۷
	مشکل وجود بروکراسی ثبت و راه‌اندازی شرکت‌های تعاونی	۰/۷۱۲
	ناهماهنگی بین سازمان‌های ذی‌ربط در فرایند ترویج کارآفرینی	۰/۶۳۰

\* روش به کار رفته در چرخش عامل‌ها، روش متعامد به شیوه وریماکس و معنی‌داری بارهای عاملی  $\pm 4$  در نظر گرفته شده است.



همان‌طور که در جدول شماره ۷ مشاهده می‌شود، در مجموع ۷ متغیر به عامل اطلاع‌رسانی بار شده‌اند که متغیر «عدم ایجاد مراکز مشاوره برای راهنمایی و رفع مشکلات بیکاری شرکت‌های تعاونی جهت ایجاد فضای بهتری برای فعالیت‌های فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی» با بار عاملی (۰/۵۴۰)، «عدم ایجاد ارتباط مستقیم فارغ‌التحصیلان بی‌کار با شرکت‌های تعاونی موفق» با بار عاملی (۰/۶۸۱) دارای بیشترین بار عاملی بوده‌اند. دومین عامل که بیشترین مقدار واریانس را تبیین نموده است (۱۵/۲۳۲) عامل فنی نام‌گذاری شده است، که ۴ متغیر به عامل فنی بار شده‌اند. متغیر «فقدان توجه مالی، فنی و تکنولوژیکی اولیه برای طرح» دارای بیشترین بار عاملی (۰/۷۷۱) بوده است. عامل مالی با مقدار ویژه ۷/۰۲۱ بیشتر از ۱۵ درصد کل واریانس موانع و محدودیت‌های اشتغال‌زایی را از دیدگاه کارشناسان تبیین کرده است. این عامل ۵ متغیر را در بر گرفته است. متغیرهای بار شده بر این عامل به همراه بارهای عاملی در جدول شماره ۷ نشان داده شده است. چهارمین عامل، که بیشترین میزان واریانس را تبیین می‌نماید، عامل ساختاری با مقدار ویژه ۶/۰۶۷ است که به تنهایی بیشتر از ۱۱/۰۶۷ درصد واریانس را تبیین می‌نماید. بر اساس نتایج تحقیق، ۳ متغیر بر این عامل بار شده‌اند که متغیر وجود موانع ساختاری و ادراک برای فعالیت‌های کارآفرینان کشاورزی دارای بیشترین بار عاملی (۰/۸۰۲) بوده است. پنجمین عامل که بیشترین میزان واریانس را تبیین می‌نماید، عامل بازاریابی و فروش می‌باشد که با مقدار ویژه ۵/۲۰۲ به تنهایی نزدیک به ۶ درصد واریانس را تبیین می‌نماید که ۴ متغیر بر این عامل بار شده‌اند. پس از آن عامل مدیریتی می‌باشد که با مقدار ویژه ۱/۸۰۴ به تنهایی ۵/۸۸۳ درصد واریانس را تبیین می‌نماید و در نهایت آخرین عامل یعنی عامل قانونی با مقدار ویژه ۱/۷۶۵ به تنهایی حدود ۳ درصد واریانس کل را تبیین می‌نماید.

## مدل‌یابی ساختاری

روش مدل‌یابی ساختاری برای مشخص کردن پدیده مورد مطالعه در قالب متغیرهای علت و معلولی، و جهت سنجش مناسب بودن مولفه‌ها در تحلیل عاملی در بخش زیر مورد بررسی قرار گرفت.

جدول ۸- شاخص‌های برازندگی مدل اندازه‌گیری

Sig.	X2	RMSEA	CFI	NFI	RMR	GFI	AGFI	شاخص
۰/۰۰۰	۹۲۴/۱۶	۰/۰۰۰	۰/۹۸	۰/۹۲	۰/۰۲۷	۰/۹۳	۰/۸۹	اطلاع‌رسانی
۰/۰۰۰	۶۴۳/۸۵	۰/۰۰۰	۰/۹۶	۰/۹۶	۰/۰۴۵	۰/۸۵	۰/۸۵	فنی
۰/۰۰۰	۲۰۱۵/۰۱	۰/۰۱۹	۰/۹۷	۰/۹۶	۰/۰۳۱	۰/۷۲	۰/۸۱	ساختاری
۰/۰۰۰	۲۱۷۱/۰۲	۰/۰۳۶	۰/۹۳	۰/۹۴	۰/۰۳۲	۰/۸۸	۰/۸۳	مالی
۰/۰۱۷	۷۸۹/۲۳	۰/۰۰۱	۰/۹۴	۰/۹۵	۰/۰۳۹	۰/۸۲	۰/۸۵	بازاریابی و فروش
۰/۰۰۰	۱۱۶۷/۵۴	۰/۰۲۸	۰/۹۴	۰/۹۷	۰/۰۱۲	۰/۹۴	۰/۹۱	مدیریتی
۰/۰۰۰	۶۸۲/۶۵	۰/۰۰۰	۰/۹۴	۰/۹۷	۰/۰۱۱	۰/۹۴	۰/۹۱	قانونی

در مدل اندازه‌گیری روابط بین صفات مکنون و نشان‌گرها، تحلیل عاملی مورد بررسی قرار گرفت. نتایج تحلیل عاملی تاییدی در جدول شماره ۶ آمده است. همان‌طور که مشخصه برازندگی جدول شماره ۸ نشان می‌دهد داده‌های این پژوهش با ساختار عاملی و زیربنایی نظری متغیرهای آموزشی، روان‌شناختی، اقتصادی، فردی، سیاسی، و اجتماعی - فرهنگی برازش مناسبی دارد.

### رگرسیون چندگانه

جهت بررسی تاثیر هر یک از موانع شناخته شده بر توسعه اشتغال در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی، متغیرهای مستقل (موانع به دست آمده از تحلیل عاملی) و وابسته (توسعه فعالیت‌های تعاونی) از رگرسیون چندگانه با استفاده از روش «گام‌به‌گام» بهره گرفته شد. در گام اول متغیر مانع اطلاع‌رسانی، در گام بعدی متغیر مانع مالی، در گام سوم متغیر مانع فنی وارد معادله گردیدند، سپس عملیات متوقف گردید.

جدول ۹- ضرایب متغیرهای وارد شده بر معادله رگرسیون

متغیر	B	S.E	Beta	T	Sig.
اطلاع‌رسانی ( $X_1$ )	۰/۰۷۸	۰/۰۰۸	۰/۴۶۷	۱۰/۱۰۳	۰/۰۰۰
مالی ( $X_2$ )	۰/۷۲	۰/۰۱۸	۰/۱۷۷	۳/۸۹۷	۰/۰۰۰
فنی ( $X_3$ )	۰/۰۴۲	۰/۰۱۵	۰/۱۳۰	۲/۸۲۶	۰/۰۰۰
عدد ثابت	۱/۱۷۱	۰/۲۱۳	--	۵/۴۹۵	-
R=۰/۵۵۹    R <sup>2</sup> =۰/۳۱۳    R <sup>2</sup> <sub>Ad</sub> = ۰/۳۰۷    F=۵۱/۳۰۱    Sig.F=۰/۰۰۰					

معادله خطی و استاندارد شده مربوط به رگرسیون چندگانه به صورت زیر است:

$$Y = 1/171 + 0/078X_1 + 0/72X_2 + 0/42X_3$$

$$Y = 0/467X_1 + 0/177X_2 + 0/13X_3$$

همان‌طور که مشاهده می‌شود ضریب تعیین تعدیل شده در این تحلیل برابر با ۰/۳۰۷ می‌باشد که مقدار عددی آن بیان‌گر این است که حدود ۳۰ درصد از تغییرات متغیر وابسته یعنی توسعه فعالیت‌های تعاونی‌های تولیدی کشاورزی به‌واسطه موانع اطلاع‌رسانی، مالی و فنی محدود شده است. همچنین جهت بررسی تاثیر هر یک از موانع شناخته شده (موانع به دست آمده از تحلیل عاملی) و متغیر وابسته (افزایش تعداد اعضاء تعاونی) از رگرسیون چندگانه با استفاده از روش گام‌به‌گام بهره گرفته شد. در رابطه با این متغیر وابسته، در گام اول متغیر مانع مالی، در گام بعدی متغیر مانع فنی، در گام سوم متغیر مانع اطلاع‌رسانی و در گام چهارم متغیر مانع قانونی وارد معادله گردیدند.

جدول ۱۰- ضرایب متغیرهای وارد شده بر معادله رگرسیون

متغیر	B	S. E	Beta	T	Sig.
مالی (X <sub>۱</sub> )	۰/۰۰۵	۰/۰۲۳	۰/۵۴	۰/۸۳۲	۰/۰۴۸
فنی (X <sub>۲</sub> )	۰/۱۶۲	۰/۰۳۱	۰/۸۳۲	۲/۰۰۴	۰/۰۰۰
اطلاع‌رسانی (X <sub>۳</sub> )	۰/۶۵۸	۰/۰۲۸	۰/۱۴۲	۱۰/۰۹۲	۰/۰۰۰
قانونی (X <sub>۴</sub> )	۰/۱۰۹	۰/۰۴۲	۰/۷۲	۱/۴۴۰	۰/۰۰۳
عدد ثابت	۰/۶۲۷	۰/۲۹۱	-	-۱/۶۵۰	-
R=۰/۶۸۴ R <sup>2</sup> =۰/۵۵۷ R <sup>2</sup> <sub>Ad</sub> =۰/۵۰۲ F=۳۵/۸۱۲ Sig.F=۰/۰۰۰					

معادله خطی و استاندارد شده آن به صورت زیر است:

$$Y = -0/627 + 0/005X_1 + 0/162X_2 + 0/658X_3 + 0/109X_4$$

$$Y = 0/54X_1 + 0/832X_2 + 0/142X_3 + 0/72X_4$$

همان‌طور که مشاهده می‌شود ضریب تعیین تعدیل شده در این تحلیل برابر با ۰/۵۰۲ می‌باشد که مقدار عددی آن بیان‌گر این است که حدود ۵۰ درصد از تغییرات متغیر وابسته یعنی افزایش تعداد اعضاء تعاونی‌های تولیدی کشاورزی تحت تاثیر موانع مالی، فنی، اطلاع‌رسانی و قانونی محدود شده است.

### بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

با توجه به مشوق‌های راه‌اندازی شرکت‌های تعاونی می‌توان بیان کرد، هسته اولیه تشکیل تعاونی‌ها در دانشگاه‌ها و سپس در خانواده قرار دارد. از آنجایی که تعدد افراد، تنوع افکار و پتانسیل‌ها را می‌توان در محیط‌های دانشگاهی دید، به‌علاوه در این مکان‌ها نیروی فکر و تجربه (اساتید) در کنار پتانسیل کار، اراده و انگیزه (دانشجو) قرار دارد، بستر مناسب و پایه‌گذاری شده، اصولی و علمی برای تعاونی‌های تولید کشاورزی می‌تواند محسوب گردد. همان‌طور که نتایج تحلیل عاملی نشان داد موانع و محدودیت‌های توسعه اشتغال در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی هفت عامل اطلاع‌رسانی، فنی، مالی، ساختاری، بازاریابی و فروش، مدیریتی و قانونی، در مجموع ۷۶/۵۴۷ درصد واریانس کل موانع و محدودیت‌های توسعه اشتغال در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی را تبیین کرده‌اند. مانع اطلاع‌رسانی مهم‌ترین مانع توسعه اشتغال در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی می‌باشد که یافته‌های مرادنژادی و همکاران (۱۳۸۶) نیز موید این یافته هستند.

همان‌گونه که در تحقیقات United Nations (۲۰۰۷)، Paulo (۲۰۰۴)، و یعقوبی و حسینی (۱۳۸۶) که به اهمیت موانع مالی و فنی در ایجاد کسب و کار موفق اشاره شده است، در این تحقیق نیز نتایج رگرسیون چندگانه نشان داد که حدود ۳۰ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسعه فعالیت‌های تعاونی‌های تولیدی کشاورزی به‌واسطه موانع اطلاع‌رسانی، مالی و فنی محدود شده است که می‌توان نتیجه گرفت باقی‌مانده واریانس تبیین نشده ناشی از سایر متغیرهایی می‌باشد که در این تحقیق لحاظ نشده‌اند و یا این واریانس در نتیجه سایر عوامل می‌باشد. در تحلیل دیگر رگرسیونی نشان داده شده است که ۵۰ درصد از تغییرات متغیر

وابسته افزایش تعداد اعضاء تعاونی‌های تولیدی کشاورزی تحت تاثیر موانع مالی، فنی، اطلاع‌رسانی و قانونی محدود شده است.

از آنجایی که نبود قوانین مشخص برای حمایت از کارآفرینان کشاورزی از مهم‌ترین موانع و محدودیت‌های قانونی می‌باشد، به‌طور حتم حمایت از کارآفرینان و ایده‌های نوین آنان در اشتغال‌زایی و پایداری اشتغال در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی، همچنین کاهش و یا آسان‌سازی مقررات رایجی که برای سرمایه‌گذاری در زمینه تعاونی‌های تولیدی محدودیت ایجاد می‌کند، موثر خواهد بود.

لزوم برنامه‌ریزی مالی و وجود نقدینگی جهت موفقیت و در نهایت اشتغال‌زایی تعاونی‌ها به‌عنوان یک مانع در تحقیقات مختلف نظیر یعقوبی و حسینی (۱۳۸۶)، مرادنژادی و همکاران (۱۳۸۶) و Coulter (۲۰۰۵) اشاره شده است. از آنجایی که کمبود نقدینگی جهت تأمین سرمایه در گردش مالی مورد نیاز تعاونی‌ها، اخذ وام با بهره بالا خارج از سیستم بانکی و مشکلات بازپرداخت آن، ناتوانی در پرداخت اقساط تسهیلات دریافتی، از مهم‌ترین موانع و محدودیت‌های مالی می‌باشد و همچنین اکثر طرح‌های کشاورزی تا رسیدن به بازده اقتصادی زمان‌بر می‌باشند، لازم است تدبیری اندیشیده شود تا تسهیلات پرداختی با بهره‌های کم و یا چند ساله پس از فعالیت تعاونی بسته به نوع تعاونی اعطا شود. دسترسی آسان به اعتبارات، وام‌های کم‌بهره اختصاصی مورد نیاز کارآفرینان تعاونی‌های تولیدی کشاورزی با نرخ سود متناسب نیز راهی جهت حل این مشکل است.

از آنجایی که در این تحقیق عدم نیاز بازار به محصولات تولیدی شرکت تعاونی و جایگزینی آنها با کالاهای مشابه یکی از مهم‌ترین مشکلات بازاریابی و فروش در اشتغال‌زایی تعاونی‌های تولیدی کشاورزی بوده و این یافته منطبق با یافته‌های Paulo (۲۰۰۴) و United Nations (۲۰۰۷) می‌باشد، لذا پیشنهاد می‌گردد جهت ایجاد بازار مصرف محصولات تولیدی شرکت تعاونی و حمایت از این تولیدات توسط نهادهای دولتی، اقداماتی جدی صورت گیرد. حمایت از تولیدکنندگان، مانند اعلام نرخ‌های مصوب نیز در حل مشکل بازاریابی و فروش تعاونی‌های تولیدی کشاورزی موثر است.

حمایت دولت از کارآفرینی خصوصاً از جوانان در طرح‌ها و برنامه‌های عملیاتی و برنامه‌ریزی واقعی در این زمینه، از دیگر پیشنهادها جهت تحقیق است. در صورتی‌که دانشجویان رشته‌های کشاورزی هم‌زمان با تحصیلات دانشگاهی در یک برنامه‌ریزی میان‌مدت، روش‌های کار در شرکت‌های تعاونی را فرا گیرند و عملاً گروه‌هایی با علایق مشترک را جهت فعالیت‌های آتی کشاورزی تشکیل و پس از تحصیل آن را ادامه دهند، احتمال اشتغال‌زایی بیشتری در بخش تعاونی‌های تولید کشاورزی متصور خواهد شد. از طرفی ایجاد صنایع تبدیلی و بسته‌بندی و در نهایت واگذاری فعالیت‌های اقتصادی به افراد و ایجاد روحیه کارهای مشارکتی و جمعی در بستر فرهنگی مناسب پیشنهاد می‌گردد.

بدیهی است ارایه آموزش‌های پیوسته و منظم جهت ارتقاء دانش افراد همراه با ایجاد بستر فرهنگی مناسب برای ارتقا روحیه همکاری جمعی و همچنین اطلاع‌رسانی در خصوص امکاناتی که دولت جهت

فعالیت‌های تعاونی در نظر گرفته است، در راستای موفقیت هرچه بیشتر تعاونی‌ها اثربخش خواهد بود. ایجاد مزیت‌های منطقی برای شرکت‌های تعاونی، تنها با دادن تسهیلات کافی میسر نمی‌باشد، بلکه لازم است برای تشکیل تعاونی موارد زیر رعایت گردد:

- تهیه صورت مالی مدون و مشخص، آشنایی و شناخت هر یک از اعضای (هیات مدیره، بازرس، مدیرعامل) با وظیفه خودشان که این امر با نظارت مستمر میسر می‌شود؛
- گذراندن دوره‌های آموزشی؛
- تشکیل تعاونی به وسیله کسانی که مدرک آموزشی قابل قبول دارند؛
- نظارت مستمر انجام فعالیت‌های تعاونی حداقل به مدت ۱۰ سال.

### منابع و ماخذ

۱. احمدپورداریانی، م. (۱۳۸۲، بهار). آیا کارآفرینی استراتژی دانشگاه‌ها را تغییر می‌دهد. مجله رهیافت، شماره ۲۹، صفحات ۱۵-۲۶.
۲. احمدپورداریانی، م. (۱۳۸۶). کارآفرینی، تعاریف، نظریه‌ها و مدل‌ها. تهران: انتشارات پردیس.
۳. حسینی‌نیا، غ. (۱۳۸۶، تیر). کلیات طرح تاسیس دفاتر توسعه تعاون و کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی کشور. معاونت تحقیقات، آموزش و ترویج وزارت تعاون.
۴. مرادنژادی، ه.، شعبان‌علی‌فمی، ح.، حسینی، م.، و کافی، م. (۱۳۸۶). تحلیل موانع توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای در ایران. مجله علوم کشاورزی ایران، شماره ۲، صفحات ۱۸۴-۱۷۵.
۵. یعقوبی، ج.، و حسینی، س. م. (۱۳۸۶). تحلیلی بر موانع تحقق کارآفرینی در آموزش بزرگسالان و راه‌حل‌های آن. کنگره علمی آموزش کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس، صفحات ۱۲۴-۱۱۲.
6. Coulter, M. (2005). *Entrepreneurship in action* (2th ed.). Prentice Hall Pub. New Delhi, India.
7. D-Intriligator, M. (2004). *Globalization of the world economy: Potential benefits and costs and e-net assessment*. University of California, Department of Economics.
8. Fulton, M. (1999). Cooperatives and member commitment. *The finish Journal of Business Economics*, 4(1999), 418-437. Retrieved from <http://www.pellervo.fi/finncoop/proceeding.htm/>
9. ILO. (2008, January). *Global employment trends*. International labor office, Geneva.
10. Nippierd, A. B. (2002). *The potential role of the UN guidelines and the new ILO recommendation on the promotion of cooperatives*. Paper for expert group meetings on supportive environment for cooperatives: A stakeholder dialogue on definitions, prerequisites and process of creation, Ulaanbaatar, Mongolia.
11. Pages, E. R., & Markley, D. M. (2004). *Understanding the environment for rural North Carolina*. Center for Rural Entrepreneurship. Retrieved from <http://www.ruraleship.org/>
12. Paulo, S. (2004, May). *Entrepreneurship and Economic Development: The emergence show case*. United Nation Conference on Trade and Development, Geneva.

13. Robertson, M. (2003). Barriers to start-up and their effect on aspirant entrepreneurs. *Education and Training*, 45(6), 308-316.
14. Ronning, L., & Ljunggren, E. (2007). *Community entrepreneurship: Building entrepreneurship-facilitating social capital*. Nordland Research Institute, Norway.
15. Smit, A. B. (2004). *Changing external conditions require high levels of entrepreneurship in agriculture*. XV International Symposium on Horticultural Economics and Management, ISHS. Acta Horticulturae, 655.
16. United Nations. (2004, May). *Entrepreneurship and economic development: The emergence shows case*. United Nation Conference on Trade and Development, Geneva.
17. United Nations. (2007). *Developing women's entrepreneurship and e-business in green cooperatives in the Asian and Pacific region*. New York.