

واکاوی مؤلفه‌های فرهنگی و اجتماعی کارآفرینی روستایی: یک پژوهش کیفی

حسن شهرکی^{۱*}، رضا موحدی^۲، احمد یعقوبی فرانی^۳

۱. استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشکده کشاورزی، دانشگاه زابل

۲. دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشکده کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا

۳. استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشکده کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۵/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۱/۱۸

چکیده

در این پژوهش، پاسخ به دو پرسش مدنظر بوده است، اینکه مهم‌ترین مؤلفه‌های فرهنگی و اجتماعی بستر کارآفرینی روستایی چیست و ارتباط معنایی آن‌ها با کارآفرینی روستایی چگونه است. پارادایم اصلی جامعه‌شناختی که در این پژوهش کیفی از آن استفاده شده، ماتریس تحلیلی بارل و مورگان در علوم اجتماعی است. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی بوده و در آن از تحلیل محتوای متون مصاحبه به‌عنوان روش استفاده شده است. براساس مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۲۰ کارآفرین روستایی و کارشناس حوزه کارآفرینی و توسعه روستایی - که به‌صورت هدفمند انتخاب شدند - و تحلیل متون مصاحبه با استفاده از نرم‌افزار ATLAS.ti، بستر اجتماعی و فرهنگی کارآفرینی روستایی تحلیل شده است. از جمله مهم‌ترین یافته‌های پژوهش می‌توان به این موارد اشاره کرد: الف) گفتمان کارآفرینی روستایی در ایران، دولتی و اقتصادی است؛ ب) گفتمان کارآفرینی روستایی در ایران در حیطه تولیدگرایی در کشاورزی عمل می‌کند؛ ج) گفتمان روزمره واجد پتانسیل بالایی برای تأثیرگذاری بر کارآفرینی روستایی است؛ د) عاملیت کارآفرینان در سطح کارگاه و مواجهه با نهاد دولت، چندان فعال نیست. در پایان پژوهش، پیشنهادها نظری، کاربردی و تحقیقی ارائه می‌شود.

واژه‌های کلیدی: جامعه‌شناسی کارآفرینی، فرهنگ کارآفرینی، کارآفرینی روستایی، گفتمان.

مقدمه

امروزه بسیاری از پژوهشگران علوم اجتماعی معتقدند کارآفرینی یک راهبرد مناسب برای مبارزه با فقر و نگاهداشت ثروت در جوامع کم درآمد است؛ بنابراین، در پاسخ به اقتصاد جهانی، سیاست‌گذاران روستایی به توسعه کسب و کارهای کوچک، انجمن‌های تجاری منطقه‌ای و کارآفرینان محلی توجه کرده‌اند. طبق آمار دیده‌بان جهانی کارآفرینی، در کشورهای با ساختارهای مشابه، همبستگی میان کارآفرینی و رشد اقتصادی بیش از ۰/۷ است که به لحاظ آماری کاملاً معنی‌دار است (گزارش‌های جهانی، ۲۰۱۳؛ ۲۰۱۴). چارچوب مفهومی دیده‌بان جهانی کارآفرینی در اولین مرحله از عاملی با نام «بستر اجتماعی، فرهنگی و سیاسی» آغاز می‌شود و بسیاری از شاخص‌های کارآفرینی آن به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم خصلت فرهنگی و اجتماعی دارند (گزارش جهانی، ۲۰۱۳: ۲۱). از حدود سال ۱۹۸۰ تاکنون، دوره چندرشته‌ای کارآفرینی حاکم بوده است که واجد ویژگی‌هایی همچون اهمیت ارزش‌های اجتماعی، مطالعات جامعه‌شناختی و فرصت‌های کارآفرینانه همچون بر ساخت‌های اجتماعی است. تورنتون^۱ (۱۹۹۹؛ ۲۰۱۱) معتقد است طی ۱۰۰ سال اخیر و به‌ویژه با رخداد چرخش کارآفرینانه در دهه ۱۹۹۰، رشد چشمگیری در دیدگاه‌های روان‌شناختی و اقتصادی پیرامون کارآفرینی ایجاد شد، اما تحلیل زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی آن توجهی چندانی را جلب نکرد. همچنین، تحقیقات کارآفرینی بیشتر در حوزه جغرافیایی و نیز پدیده‌های شهری صورت گرفته است، به گونه‌ای که برخی محققان (Kyro, 2014) از ضرورت بازگشت کارآفرینی به کشاورزی و عرصه روستا سخن گفته‌اند. در ایران نیز پژوهش‌های کارآفرینی بیشتر خصلت شهری داشته‌اند و کارآفرینی روستایی فقط در بعد کشاورزی‌اش بررسی شده است. جست‌وجوی واژه «فرهنگ» و «اجتماع» در نشریه‌های معتبر دانشگاهی مرتبط با کارآفرینی نتایج چشمگیری نداشته و تحقیقات اندکی در حیطه فرهنگ سازمانی، کارآفرینی اجتماعی (گونه‌ای خاص از کارآفرینی) و مطالعات موردی محدود انجام گرفته است. در پژوهش حاضر، به این پرسش‌ها پاسخ داده شده: الف) مهم‌ترین مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده بستر فرهنگی و اجتماعی کارآفرینی روستایی چیست؟ ب) ارتباط معنایی میان این مؤلفه‌ها چگونه

است؟ در این تحقیق، براساس یک روند مشخص از ماتریس تحلیلی بارل و مورگان^۱ در جامعه‌شناسی به‌منظور تبیین و واکاوی مؤلفه‌های اجتماعی و فرهنگی کارآفرینی روستایی استفاده شده است. در این راستا، این ماتریس برای تقسیم‌بندی و تفکیک چنین مؤلفه‌هایی بازطراحی شده است. هدف غایی عبارت بوده از واکاوی مؤلفه‌های اجتماعی و فرهنگی کارآفرینی روستایی.

مروری بر مبانی نظری و پیشینه تحقیق

بسیاری از پژوهش‌ها در زمینه تحلیل جامعه‌شناختی کارآفرینی (Hayton et al., Thornton, 1999) 2002؛ Shapero & Sokol, 1982؛ Welter, 2010) و امدار پژوهش هافستد^۲ (۱۹۸۰؛ ۲۰۰۱) هستند که کارآفرینی را به عواملی همچون مردسالاری، ریسک‌پذیری، دوری از قدرت و فردگرایی نسبت می‌دهد. در اغلب تئوری‌های کارآفرینی، سه وجه مشخص بررسی شده است: ماهیت فرصت‌های کارآفرینانه، خصلت کارآفرینان و بستری که کارآفرین درون آن نقش ایفا می‌کند (آلوارز، ۲۰۰۵). ماهیت فرصت کارآفرینانه در قالب تئوری اثرگذاری^۳ بررسی شده است (Sarasvathy, 2008). همچنین، شاخه‌های نهادی و بوم‌شناختی در جامعه‌شناسی و نیز مفهوم آشنانگی در برخی از مطالعات در تحلیل جامعه‌شناختی کارآفرینی استفاده شده است (Granovetter, 1985؛ McKeever et al., 2015؛ Steier & Chua., 2009؛ Morrison, 2006) (۲۰۰۵)، بسیاری از آراء جوزف شومپتر به‌ویژه در کتاب سرمایه‌داری، سوسیالیسم و دموکراسی^۵ خصلتی جامعه‌شناختی دارند. برقراری ارتباط میان اخلاق به‌عنوان یک پدیده اجتماعی با کارآفرینی به‌عنوان یک پدیده اقتصادی در برخی از پژوهش‌ها مورد توجه و کنکاش بوده است (Browne, 2009). کایرو (۲۰۱۴) از لزوم بازگشت کارآفرینی به‌خاستگاه خود یعنی طبیعت، کشاورزی و انسان سخن گفته است و به‌نظر وی کارآفرینی باید عرصه شهر و صنعت را ترک گوید. از این نظر، تحلیل بستر اجتماعی و فرهنگی کارآفرینی نوعی ادای دین به بنیان‌گذار این مفهوم یعنی جوزف شومپتر

-
1. Burrell & Morgan
 2. Hofstede
 3. Effectuation theory
 4. Smelser & Swedberg
 5. Capitalism, Socialism, and Democracy

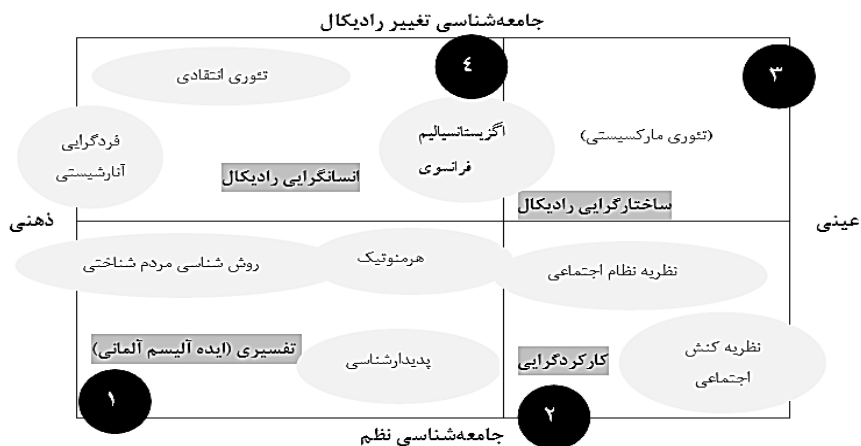
محسوب می‌شود که به بازاندیشی در افکار او نیز منتهی می‌شود. تحلیل جامعه‌شناختی کارآفرینی روستایی با رویکردی کیفی از دو منظر بسیار ضروری و حیاتی است: نخست اینکه اغلب مطالعات کارآفرینی روستایی (McElwee, 2005؛ Diaz-Pichardo, 2011؛ Mitchel & de Waal, 2009؛ Christy, 2008؛ Rudmann, 2003؛ Lowrey, 2006؛ Millns & Juhasz, 2006؛ Dutta, 2004؛ Rightmyre, 2003؛ 2004) جنبه تحلیل اجتماعی ندارند؛ یعنی بستر کارآفرینی را فقط یک کلیت^۱ در نظر گرفته‌اند، نه همچون ترکیبی از متغیرهای مشخص^۲ (John, 2006). دوم اینکه اندک مطالعات جامعه‌شناختی انجام گرفته در این حوزه (Thornton, 1999؛ Hofstede, 1980؛ Hofstede, 2002؛ Hayton, George and Zahra, 2002؛ Welter, 2010؛ Shapero & Sokol 1982) کارآفرینی روستایی را به‌عنوان یک موضوع ویژه پژوهشی مغفول گذاشته‌اند. در این میان، بسیاری از پژوهش‌های فارسی مرتبط با موضوع کارآفرینی روستایی علاوه بر ارائه‌ندادن تحلیل جامعه‌شناختی، یا متغیر سرمایه اجتماعی را برجسته کرده‌اند و ارتباط میان مؤلفه‌های آن را با پدیده کارآفرینی روستایی و توسعه آن بیان کرده‌اند (فارسی و رضوی، ۱۳۹۱؛ بنی‌اسدی، ۱۳۹۰) یا با اتخاذ نوعی رویکرد دایره‌المعارفی یک طبقه‌بندی از تعاریف کارآفرینی روستایی و موانع پیش رو یا راهکارهای توسعه آن ارائه داده‌اند (ایزدی و عطایی، ۱۳۹۲؛ امین‌آقایی، ۱۳۸۷؛ موحدی و یعقوبی فرانی، ۱۳۹۱؛ کریمی و موحدی، ۱۳۹۳). در این پژوهش سعی شده است با استفاده از ماتریس بارل و مورگان در جامعه‌شناسی (Burrell & Morgan, 2005)، تعدادی متغیر مشخص به‌دست آیند که سازنده بستر اجتماعی و فرهنگی کارآفرینی روستایی باشند. از این ماتریس در برخی از مطالعات کارآفرینانه استفاده شده است (Jenning et al., 2005; Grant & Perren, 2002). بارل و مورگان در اثر کلاسیک خویش با عنوان *پارادایم‌های جامعه‌شناختی و تحلیل سازمانی*^۳ (۱۹۷۹) دو بعد و چهار پارادایم را در چگونگی تحلیل جامعه یا پدیده‌های اجتماعی بررسی کرده‌اند و ماتریس خود را در زمینه نظریه‌های اساسی در جامعه ارائه داده‌اند. کارکردگرایی با ویژگی‌هایی همچون تأیید نظام و وضع موجود، انسجام و ارضای نیازها مشخص می‌شود. در این پارادایم، موضع جامعه‌شناختی معمولاً واقع‌گرا، اثبات‌گرا، جبرگرا و قانون‌بنیاد است (ریترز، ۱۳۸۴). بنیان‌های کارکردگرایی بر

1. Omnibus context

2. Discrete

3. Sociological paradigms and organizational analysis

این واقعیت استوار است که دوام و بقای تمام سنن و مناسبات و نهادهای اجتماعی به کار یا وظیفه آن‌ها در کلیت نظام اجتماعی بستگی دارد (توسلی، ۱۳۸۴). تأثیر کارکردگرایی از زیست‌شناسی و داروین‌یسم کاملاً مشهود است (توسلی، ۱۳۸۴؛ ریتزر، ۱۳۸۴؛ آزاد آرمکی، ۱۳۸۷؛ Giddens, 1984). جامعه‌شناسی تفسیری و نمونه بارزش ایده آلیسم آلمانی - که مطابق با گاه‌شماری کاپرو^۱ (۲۰۱۴) از ریشه‌های نظری طرح مفهوم کارآفرینی است - منبعث از آثار ماکس وبر^۲، گئورگ زیمل^۳ و جورج هربرت مید^۴ است. آگاهی عنصر اساسی در جامعه‌شناسی تفسیری است. جامعه‌شناسی تفسیری تسمیه‌گرا، ضداثبات‌گرا و ولانتاریستی است. در پارادایم انسان‌گرایی رادیکال، محوریت اصلی عبارت است از اینکه آگاهی افراد تحت سیطره و سرکوب روساختارهای ایدئولوژیکی مورد تعامل است و این امر تنگنایی شناختی میان انسان و آگاهی حقیقی‌اش ایجاد می‌کند؛ تنگنایی که از تحقق استعدادهایش جلوگیری می‌کند. درنهایت، ساختارگرایی رادیکال از موضعی اثبات‌گرا، واقع‌گرایانه و جبرگرا به‌دنبال تغییر رادیکال و رهایی است و بر تنازعات ساختاری، شیوه‌های سرکوب و تناقضات تأکید می‌کند. در شکل ۱، پارادایم‌های چهارگانه و ابعاد دوگانه ماتریس بارل و مورگان به‌منظور تحلیل پدیده‌های اجتماعی ارائه می‌شود.



شکل ۱. ماتریس بارل و مورگان

1. Kyo
2. Max Weber
3. Georg Simmel
4. George Herbert Mead

ماتریس بارل و مورگان به ارائه سازه‌ها و مفاهیمی در پژوهش‌های کارآفرینانه منجر شده است که در جدول ۱ به پاره‌ای از مهم‌ترین آن‌ها اشاره و تعریف عملیاتی آن‌ها ارائه می‌شود.

جدول ۱. تعریف عملیاتی از سازه‌های منتج از ماتریس بارل و مورگان در مطالعات کارآفرینی

سازه	تعریفی عملیاتی
عاملیت	منظور از عاملیت توانایی بهره‌گیری از منابع موجود در ساختارهای حاکم بر یک جامعه است که از رهگذر شراکت افراد در فعالیت‌ها و در حین فعالیت و تعامل ایجاد می‌شود (Giddens, 1984).
اخلاق	اخلاق سه مؤلفه اساسی دارد که عبارت‌اند از: الف) اخلاق حرفه‌ای به معنای ترجیح منافع جمع به منافع فردی، ب) طبیعت‌گرایی و لحاظ‌کردن هنجارها و سیاست‌های حفظ زیست‌بوم در رفتارهای اقتصادی، ج) بهره‌گیری از احساسات و عواطف در پیشبرد فعالیت‌ها (Browne, 2009; Collins, 2004).
گفتمان	هرچند اجماع کاملی در زمینه مفهوم گفتمان وجود ندارد، می‌توان به تأسی از آثار میشل فوکو (Foucault, 1967; 2013) گفتمان را ترکیبی از گفتارها، متون و نیز رویه‌هایی دانست که به منظور تثبیت اهداف مشخصی تولید و بازتولید می‌شوند. همچنین، گفتمان در مفهوم پسا فوکویی (Elder-Vass, 2012) به معنای استقلال نسبی برخی از وجوه جهان مادی و اجتماعی از شیوه تفکر ما پیرامون آن‌ها و نیز آثار واقعی و محسوس گفتمان از مجرای تفکر و کنش است.
معانی	عنصر معنا بر چپستی تفسیر و طرز تلقی افراد از واقعیت اجتماعی ناظر است که به‌ویژه در بحث کارآفرینی روستایی و تاریخیچه و پارادایم‌های آن از سوی کاپرو (۲۰۱۴) مطرح شده است.
دولت	منظور دیدگاهی نهادی درباره دولت است که هم شامل جنبه‌های عینی همچون قوانین و مقررات می‌شود و هم جنبه‌های هنجاری از جمله هنجارها و نگرش‌های موجود در زمینه کارآفرینی روستایی در سیستم اداری را دربرمی‌گیرد (North, 1990).

منبع: یافته‌های تحقیق

کارآفرینی روستایی در این پژوهش شامل فرایند تعامل مستمر میان فرد یا افراد، با بستر و زمینه از سویی و فرصت‌ها از سوی دیگر است. این فرایند به‌طور مشخص متشکل از مراحل همچون تشخیص فرصت، ارزش‌یابی فرصت و بهره‌برداری از فرصت است (Venkataraman & Shane, 2000; Eckhardt & Shane, 2003) که درنهایت و در کوتاه‌مدت به افزایش درآمد

روستاییان از طریق ایجاد اشتغال یا تنوع شغلی برای آن‌ها و در بلندمدت به توسعه پایدار روستا، افزایش حضور زنان در تحولات روستا، افزایش سرمایه اجتماعی در روستا و روابط جدید آن با روستاها یا شهرهای اطراف، افزایش عاملیت^۱ و جنبش‌های نوظهور روستایی منجر می‌شود. کارآفرینی روستایی از دیدگاه این تحقیق، همبستگی پایداری با کشاورزی چندکارکردی دارد و به همین علت طی فرایند کارآفرینانه، تجربه شهری با روستایی، تجربه کشاورزی با تجارب و فعالیت‌های غیرکشاورزی، کسب و کارهای خصوصی با دولتی، طبیعی با غیرطبیعی و درنهایت زنانه و مردانه، در تلفیق و مجاورت هم و در واقع در یک هم‌زیستی غنی و پربار پیش می‌روند. چندکارکردی در کشاورزی در بسیاری از پژوهش‌ها (Huttunen et al., 2009; Fleskens et al., 2005; Huylenbroeck, 2012) به کارآفرینی روستایی ربط داده شده است.

روش تحقیق

امروزه بسیاری از پژوهشگران تحلیل کیفی کارآفرینی را به‌عنوان یک پدیده و با رویکردهایی همچون پدیدارشناسی و تحلیل محتوا در نظر می‌گیرند و آن را پیشنهاد می‌دهند (Anderson & Kyro, 2014; Cloke & Little, 2005; Bjerke, 2010; Berglund, 2007; Nicholson, 2005; Ogbor, 2000; ادیب و مردان اربط، ۱۳۹۳). پژوهش پیش رو از حیث هدف کاربردی است؛ زیرا نخست به دنبال بسط استفاده از ماتریس بارل و مورگان به تحلیل جامعه‌شناختی کارآفرینی روستایی و دوم به دنبال استخراج برخی از مؤلفه‌ها و سازه‌های اجتماعی و فرهنگی است که در پژوهش‌های آتی به‌منظور تدوین شاخص از آن استفاده می‌شود. در این پژوهش از روش تحلیل محتوای متون مصاحبه استفاده شده است (فلیک، ۱۳۹۱). در پژوهش حاضر، تحلیل کیفی با استفاده از نرم‌افزار ATLAS.ti انجام گرفته که یکی از نرم‌افزارهای جدید در حوزه پژوهش‌های کیفی است (میرزامحمدی، ۱۳۹۱). تحلیل محتوای مصاحبه‌ها در ATLAS.ti به ترتیب شامل این مراحل اصلی است: الف) ایجاد یک واحد تفسیر و بارگذاری فایل متون مصاحبه در آن، ب) کدگذاری آزاد متن مصاحبه‌ها، ج) گزارش یا شمارش کدها و استنادها، د) ایجاد یک پرسمان هم‌پدیداری، ر) تحلیل ماتریس یا جدول هم‌پدیداری^۲، ز) انتخاب

1. Agency

2. Co-occurrence matrix

کدهایی با زمینه‌وندی بالا به‌عنوان نماینده یک شجره^۱، (س) تفسیر هر شجره از طریق ایجاد پرسمانی^۲ با عملگر AND و توصیفگرهایی مشتمل بر نماینده شجره و عضوی از آن شجره که بیشترین هم‌پیداری را با نماینده شجره دارد. روش نمونه‌گیری پژوهش در هر دو طبقه (خبرگان و کارآفرینان نمونه)، نمونه‌گیری هدفمند یا قصدی^۳ (غیراحتمالی) بوده است. نمونه‌گیری هدفمند اصطلاحی عام در پژوهش کیفی است که به‌دنبال انتخاب موارد غنی از اطلاعات است (حریری، ۱۳۸۵؛ محمدی، ۱۳۹۰). غنی‌بودن مورد در طبقه خبرگان از معجرا یا معیار تخصص و سابقه فعالیت و در طبقه کارآفرینان با معیار نمونه‌بودن برآورده شده است. بدین ترتیب، ۲۰ نفر مصاحبه‌شونده در دو گروه ۱۰ نفره متشکل از خبرگان و استادان دانشگاهی مرتبط و مطلع از کارآفرینی روستایی با تخصص‌هایی همچون جامعه‌شناسی توسعه، انسان‌شناسی، توسعه روستایی، ترویج و آموزش کشاورزی و نیز کارآفرینان نمونه بخش کشاورزی و صنایع تبدیلی روستایی در سطح کشور که می‌توانستند بیشترین اطلاعات را در زمینه پرسش‌های مصاحبه فراهم آورند، با روش گلوله برفی و نیز مشورت با خبرگان انتخاب شدند. اشباع نظری در طبقه نخبگان زمانی حاصل شد که مصاحبه‌شوندگان بیشتر بر اغتشاش مفهومی پیرامون تعریف کارآفرینی تمرکز داشتند؛ بنابراین، مصاحبه به کدهای بیشتری منجر نمی‌شد و در طبقه کارآفرینان، کانون مصاحبه به تدریج بر عملگری دولت معطوف می‌شد. از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته به‌عنوان ابزار پژوهش در بخش کیفی استفاده شد. پرسش‌ها براساس تخصص و حیطه کاری افراد متفاوت بود، اما دو موضوع اساسی تعریف و ماهیت کارآفرینی و ارتباط آن را با جامعه و فرهنگ از سویی و نیز تجربه زیسته و روزمره کارآفرینان در زمینه کارآفرینی روستایی از سوی دیگر بررسی می‌کرد. اعتبارپذیری پژوهش از طریق مطالعه پدیده از طریق افراد مختلف (کارشناسان و خبرگان اجرایی و دانشگاهی) و مشورت با کارشناسان در مرحله طراحی و اجرای مصاحبه‌ها به‌دست آمده است. انتقال‌پذیری پژوهش از طریق ایجاد و حفظ پایگاه داده‌ها و اطلاعات مشتمل بر فایل‌های مصاحبه و نیز مشخصات دقیق مصاحبه‌شونده‌ها تأمین شده است. جهت افزایش قابلیت اطمینان پژوهش که ناظر است به درجه

1. Family
 2. Query
 3. Purposive sampling

تکرارپذیری یافته‌ها در صورت اجرای پژوهش در زمان‌های مختلف و با پژوهشگران متفاوت، محقق باید به ماهیت به شدت متغیر و پویای پدیده‌های اجتماعی و فرهنگی توجه داشته باشد.

یافته‌ها

همان‌طور که در جدول ۲ مشخص است، میانگین سنی مصاحبه‌شونده‌ها در طبقه نخست ۴۶ سال و در طبقه دوم ۳۶ سال بوده است. طبقه الف شامل کارشناسان و نخبگان دانشگاهی است و طبقه دوم کارآفرینان نمونه در بخش‌های روستایی و کشاورزی را دربرمی‌گیرد. شایان ذکر است تمام مصاحبه‌شوندگان مرد بوده‌اند.

جدول ۲. مشخصات مصاحبه‌شونده‌ها

طبقه اول (الف)	سن	تحصیلات	تخصص	طبقه دوم (ب)	سن	تحصیلات	حرفه	سابقه فعالیت
۱	۵۲	دکتری	ترویج کشاورزی	۱	۳۰	دیپلم	باغدار	توسعه و ترویج تاکستان
۲	۴۵	دکتری	اقتصاد سیاسی	۲	۵۰	دیپلم	مرغدار	صنعت مرغداری
۳	۵۸	دکتری	ترویج کشاورزی	۳	۳۹	فوق لیسانس	مدیر شرکت	گسترش تعاونی روستایی
۴	۵۹	دکتری	انسان‌شناسی	۴	۴۹	فوق دیپلم	صنایع تبدیلی	خوداشتغالی‌های روستایی
۵	۴۸	دکتری	ترویج کشاورزی	۵	۴۵	لیسانس	اصلاح بذر	اصلاح و ترویج بذور اصلاح‌شده
۶	۴۹	دکتری	ترویج کشاورزی	۶	۴۴	دیپلم	تولید سبزیجات	خوداشتغالی
۷	۴۴	دکتری	اقتصاد	۷	۳۴	دیپلم	مرغدار	مشاوره تخصصی به مرغداران
۸	۴۰	دکتری	جامعه‌شناسی	۸	۴۶	فوق لیسانس	تولید کود	تولید و فروش کمپوست
۹	۵۸	دکتری	اقتصاد	۹	۳۸	فوق لیسانس	گیاهان دارویی	جایگزینی کشت گیاهان دارویی
۱۰	۴۵	دکتری	توسعه کارآفرینی	۱۰	۳۰	دیپلم	صنایع تبدیلی	صنایع ترشیجات

در جدول ۳، برخی از مهم‌ترین تقطیع‌ها یا گزاره‌های کلومی مستخرج از متون مصاحبه که در قالب فایل rtf وارد نرم‌افزار شده است (مرحله الف)، به همراه کد مربوطه (مرحله ب) ارائه شده است.

جدول ۳. کدگذاری نظری (تقطیع‌های برگزیده و کدهای مربوط به آنها)

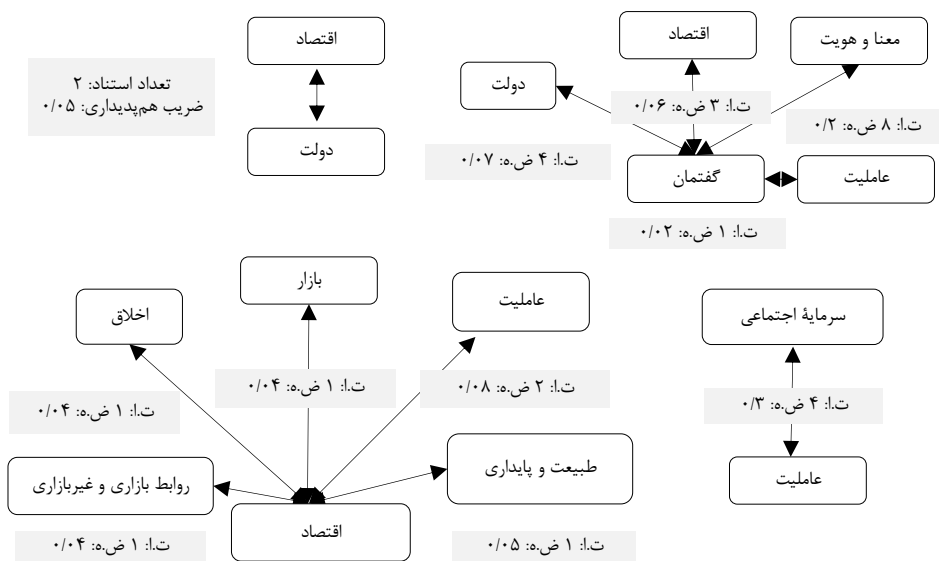
تقطیع یا گزاره کلامی برگزیده	کد مصاحبه‌شونده	کد
کارآفرینی برای من شکار لحظه‌ها و فرصت‌هاست؛ معادل‌یابی کارآفرینی برای entrepreneurship بسیار مسئله‌دار است؛ هرکس برداشت مخصوص خود را از یک فرصت دارد.	الف-۱، الف-۵، الف-۶، الف-۱۰	گفتمان/ معنا و هویت
ما را به خیر دولت امید نیست شرمساند؛ دولت اقتصاد و قوانین را کاملاً کنترل می‌کند؛ دولت فقط پس از موفقیت ما وارد عمل می‌شود؛ رشنال‌بودن مختص اقتصاد بازار است؛ در اقتصاد غیربازاری یا پیش از بازار انسان‌ها بیشتر تابع قیود اجتماعی بودند.	الف-۷، ب-۱، ب-۲، ب-۳، ب-۴، ب-۵، ب-۹، ب-۱۰، الف-۲، الف-۳	دولت/ اقتصاد
روستایی‌بودن موجب تحقیر است چه کارآفرین و چه غیر آن؛ زمین‌داربودن مهم‌تر از کارآفرین‌بودن است؛ هویت اجتماعی کارآفرینی ویژه خودش است.	ب-۲، ب-۳، الف-۵، الف-۸، ب-۵	معنا و هویت
عاملیت به تشکل نیاز دارد؛ شبکه‌سازی مهم است؛ باید دلالت‌ها از صحنه روستا حذف شوند؛ روستاییان باید توانمند شوند.	الف-۱، الف-۱۰، ب-۳، ب-۴	عاملیت

نتایج کدگذاری آزاد در نرم‌افزار (مرحله ج) در جدول ۴ ارائه می‌شود.

جدول ۴. شمارش کدها و استنادها براساس رمزگذاری آزاد در ATLAS.ti

ردیف	کدها	تعداد استنادها	تعداد واژگان
۱	گفتمان	۳۳	۲۴۸
۲	دولت	۲۵	۲۷۷
۳	اقتصاد	۱۷	۱۸۰
۴	معنا و هویت	۱۵	۱۱۵
۵	عاملیت	۱۰	۸۰
۶	اخلاق	۱۰	۹۸
۷	روابط بازار و غیربازار	۸	۱۴۱
۸	چندکارکردی	۸	۸۸
۹	بازار	۷	۷۴
۱۰	دانش و اطلاعات	۵	۴۰
۱۱	سرمایه اجتماعی	۵	۳۳
۱۲	طبیعت و پایداری	۴	۳۳
۱۳	صنعتی‌شدن کشاورزی	۳	۳۳
	مجموع	۱۵۰	

پس از تشکیل ماتریس هم‌پدیداری در نرم‌افزار، کدهایی از جدول ۴ که بیشترین تعداد اسناد را داشته‌اند، به همراه کدهایی که بیشترین هم‌پدیداری را با آن‌ها داشته‌اند، وارد فرایند تشکیل شجره شده‌اند (مراحل د، و، ر). برون‌دادهای تصویری نرم‌افزار در فرایند تشکیل شجره‌ها^۱ (مراحل ز، و، س) در شکل ۲ نشان داده می‌شود. در شکل ۲، منظور از تعداد اسناد میان یک نماینده شجره (برای مثال گفتمان) و عضوی از آن شجره (برای مثال معنا و هویت)، عبارت است از اسنادهایی که هم کد گفتمان و هم معنا و هویت به آن‌ها اطلاق شده است (برای نمونه، ۸ اسناد هم کد «گفتمان» و هم کد «معنا و هویت» دارند). تشکیل شجره‌ها در واقع همان مرحله کد‌گذاری محوری در تحلیل تماتیک دستی است.



شکل ۲. برون‌دادهای تصویری نرم‌افزار برای شجره‌های گفتمان، دولت، اقتصاد و عملیت

بحث و نتیجه‌گیری

براساس یافته‌های پژوهش و در زمینه‌سازی گفتمان می‌توان استدلال کرد گفتمان کارآفرینی

۱. تشکیل شجره در ATLAS.ti معادل است با مرحله کدگذاری محوری در تحلیل دستی و عبارت است از ربط میان کدهای هم‌معنا یا هم‌خانواده در قالب یک خانواده یا شجره.

روستایی موجود زمانی که از تجربه زیسته افراد و هویت‌های برساخته آن‌ها ناشی می‌شود نقشی مثبت در عاملیت کارآفرینان دارد، اما زمانی که خصلتی دولتی و فقط اقتصادی به خود می‌گیرد، به نگرش‌ها و رویه‌های غیر کارآفرینانه منجر می‌شود. گفتمان دولتی کارآفرینی که حاصل ورود دولت به مبحث کارآفرینی است، ویژگی‌ها و تأثیرات زیر را دارد: تک وجهی بودن و تأثیرپذیری شدید از نظریه نوسازی با تکیه بر افزایش عملکرد؛ اقتصادی بودن که رفتار کارآفرینانه را از تشخیص فرصت به سوی رقابت بر سر توزیع فرصت سوق می‌دهد؛ مبتنی بودن بر دوگانه‌انگاری قدیمی همچون شهر/ روستا به نحوی که فقط بر تولید روستایی به‌ویژه برای مصرف‌کننده شهری تمرکز دارد و هیچ‌گونه روشی در زمینه توسعه روستایی کارآفرینانه در شهرک‌های اقماری شهری، کشاورزی شهری، کشاورزی‌های اجتماع-محور، کشاورزی فرامرزی و... ندارد. شایان ذکر است گفتمان در این پژوهش در معنایی پسا فوکویی^۱ فهمیده می‌شود که متضمن اتخاذ دیدگاهی واقع‌گرایانه در ساخت‌گرایی اجتماعی است؛ ساخت‌گرایان میانه یا معتدل یا ماتریالیست همچون الدر واس بر این عقیده هستند که بخشی از جهان مادی و موجود قائم به ذات بوده و مستقل از طرز فکر ما پیرامونش وجود دارد مثالش همین زمین در کشاورزی و عرصه روستا. به عبارتی زمین در اینجا یک سازه اجتماعی نیست. لذا نوع مواجهه با این هستی مستقل می‌تواند بر کارآفرینی روستایی همچون یک گفتمان تأثیر بگذارد. به عبارتی در نظام زمین‌داری یا فئودالیسم چون زمین از اهمیت بالایی برخوردار شده و حامل وجهه اجتماعی می‌شود لذا محل توسعه کارآفرینی روستایی به مثابه یک راهبرد نوین در توسعه روستایی است (Elder-Vasse, 2012). زمین در عرصه روستا یکی از این داده‌های مادی است. براین اساس، فئودالیسم به‌عنوان یک سبک زندگی یکی از موانع موجود بر سر راه توسعه گفتمان کارآفرینی در روستاهاست. در زمینه گفتمان رسانه‌ای کارآفرینی موجود می‌توان گفت که به بسیاری از مشکلات واقعی کارآفرینان اشاره‌ای ندارد؛ برای مثال، بسیاری از کارگاه‌ها مشکلات بیمه‌ای دارند؛ فضای بسیاری از کارگاه‌ها به لحاظ رعایت مسائل بهداشتی مشکلات اساسی دارد و به کارگیری کودکان و زنان در سنین پایین‌تر یا بالاتر از حد قانونی

متداول است. در کل، کارآفرینان طالب نوعی بازار یا اقتصاد خصوصی و فارغ از دخالت‌های دولتی هستند. دولت در ایران براساس نوعی اقتصاد مبتنی بر بازار آزاد، تجاری کردن کشاورزی و ایجاد قشری از سرمایه‌داران روستایی، توسعه روستایی را پیش برده است؛ به عبارت دیگر، کارآفرینی روستایی «پروژه‌ای دولتی» است، اما دولت خود بزرگ‌ترین کارفرماست که عاملیت افراد را به حاشیه رانده و به کالایی کردن کار، زمین و سرمایه مبادرت کرده است. فرایند کالایی شدن^۱ در تخالف و تضاد با فرایند بوم‌شناختی شدن^۲ پیش می‌رود و از عوامل مهم ایجاد ناپایداری در بخش کشاورزی و توسعه روستایی است. براساس ربط دولت و اقتصاد در شجره دولت، می‌توان گفت گفتمان دولتی کارآفرینی متعارف در ایران باید به سمت آن نوعی از کارآفرینی برود که بر نیازها تأکید می‌کند نه کالای قابل عرضه و فروش در بازار؛ یعنی نیازی که هرچه بیشتر در کشف فرصت‌ها بازتاب می‌یابد، نه جمع‌آوری پول و انباشت سرمایه. همچنین، براساس یافته‌های پژوهش، عاملیت کارآفرینان در سطح کارگاه یک عاملیت خاموش شده است؛ یعنی به صورت بالقوه وجود دارد، اما به دلیل مشکلات مکرر مدیریتی به تدریج رو به زوال می‌گذارد. عاملیت کارآفرینان در سطح روستا عاملیتی فعال است که از رهگذر سرمایه اجتماعی یعنی تعامل با اهالی روستا، مشتری‌ها (که اغلب شهری هستند یا به صورت مشتری ثابت یا موقت به صورت گردشگران شهری) و گاه کارآفرینانی که در صنعتی متفاوت مشغول به کار هستند، تقویت می‌شود. شکل غالب سرمایه اجتماعی در این سطح «کار گروهی» یا دسته‌جمعی است. ارتقای عاملیت در این سطح تأثیر فزاینده و مثبتی بر کارآفرینی روستایی دارد. عاملیت کارآفرینان در سطح نهاد دولت، در خوش‌بینانه‌ترین حالت به کناره‌گیری و بی‌تفاوتی این دو گروه از هم و در منفی‌ترین حالت آن به سرکوب عاملیت از سوی دولت منجر شده است. براساس تحلیل‌های ارائه شده، می‌توان ماتریس بارل و مورگان را طبق داده‌ها و نتایج پژوهش تکمیل کرد که نتیجه در شکل ۳ ارائه می‌شود. در خانه اول، عاملیت کشاورزان و کارآفرینان از مجرای تعاملات اجتماعی با بستگان و هم‌تایان (سایر کارآفرینان) ممکن است به افزایش دانش و توانایی آن‌ها در زمینه فرصت‌های جدید - چه

1. Commodification
2. Ecologizing

کارهای مرتبط با کشاورزی و چه کارهای غیرکشاورزی- در روستا منجر شود؛ آگاهی، ذهنیت و هنجارهای کارآفرینانه را جایگزین هنجارهای کشاورزی سنتی سازد و به ایجاد گفتمانی جدید در روستا کمک کند. این گفتمان به همراه گفتمان تولید گرای سنتی به حیات خویش در مرز میان روستا و شهر ادامه می دهد. در خانه دوم، آگاهی ها و گفتمان کارآفرینانه (پساتولیدگرا) به تدریج و در میان مدت ممکن است به ساختارهای اقتصادی (مانند روابط تولیدی با صنایع شهری و تجارت بین المللی)، ساختارهای اجتماعی (مانند تغییر سبک زندگی ناب روستایی به یک سبک زندگی آمیخته، استفاده از فناوری) و ساختارهای فرهنگی روستایی- شهری منجر شود.

جامعه‌شناسی تغییر رادیکال

ذهنی	۳	۴	عینی
	<p>ناهمنوی کارآفرینانه، خودجوشی کارآفرینانه طرح عنصر پایداری</p>	<p>تغییر رادیکال ساختارها و ایجاد ساختارهای جدیدی همچون گردشگری روستایی، کشاورزی اجتماع-محور و فرامرزی و نیز کشاورزی چندکارکردی. ظهور طبقه کارآفرینان روستایی در قشریندی نوین روستاها</p>	
	<p>عاملیت ناشی از تعامل با کشاورزان سنتی و کارآفرینان ایجاد ذهنیت کارآفرینانه حرکت از گفتمان تولید گرای به پساتولیدگرایی کارآفرینی همچون یک تجربه زیسته</p>	<p>اصلاح ساختارهای موجود در ابعاد اقتصادی (رابطه با فناوری و بازرگانی خارجی)، ساختارهای سیاسی (بوروکراسی و قوانین کسب و کار)، ساختارهای فرهنگی و اجتماعی (سبک زندگی و آداب و رسوم یا سنتها)</p>	
	۱	۲	

جامعه‌شناسی نظم

شکل ۳. بازطراحی ماتریس بارل و مورگان براساس نتایج پژوهش

در خانه سوم، آگاهی ها و تجارب زیسته نوین و کارآفرینانه ممکن است با سنت های کهنه و قدیمی دچار چالش شود و به خودجوشی کارآفرینانه، ناهمنوایی با کشاورزی سنتی آسیب زنده به طبیعت و نیز طرح مقوله پایداری بینجامد. در خانه چهارم، طبقه کارآفرین ممکن است وارد منازعه طبقاتی با طبقات سنتی پیشین شود؛ برای مثال، دولتی ها و زمین داران بزرگ شده؛ فرماسیون دیگری از توسعه روستایی را به عنوان بدیلی برای توسعه ارائه دهد و به سمت گردشگری روستایی، کشاورزی اجتماع- محور و فرامرزی حرکت کند. همچنین،

برخلاف برخی از تحقیقات (موحدی و یعقوبی فرانی، ۱۳۹۱؛ رضوانی و نجارزاده، ۱۳۸۷)، در این پژوهش بر امکان نزدیک شدن کارآفرینی روستایی و شهری به یکدیگر تأکید شده است.

پیشنهادها

پیشنهادهای پژوهش در سه بخش ارائه می‌شود:

الف) پیشنهادهای نظری: ۱. گذارهای پارادایمی: اول، گذار پارادایمی در مفهوم روستانشینی که عبارت است از تغییر مفهوم روستایت به عنوان یک مقولهٔ تحلیلی از مفهومی کارکردی واجد مؤلفه‌هایی همچون مکان (زمین)؛ محیط؛ جامعه به مفهومی پسامدرن از روستانشینی. دوم، گذار پارادایمی در مفهوم کارآفرینی به معنی تفسیر کارآفرینی همچون فرایندی زمینه‌مند. ۲. نگاه گفتمانی به کارآفرینی روستایی همچون یک الگوی نوظهور در توسعهٔ روستایی.

ب) پیشنهادهای کاربردی: ۱. تدقیق کنشگری دولت و حرکت به سمت تقویت نهادهای آموزشی همچون دانشگاه و تبدیل آن‌ها به نهادهای کارآفرین. ۲. تقویت عاملیت، تشکل‌سازی میان کارآفرینان و نشر اطلاعات. ۳. حفظ طبیعت و اکوسیستم روستا به منظور افزایش درآمد و فرصت‌های کارآفرینانه، ۴. تقویت کارآفرینی روستایی شرکتی به موازات حمایت از SME ها. ۵. توسعه و ترویج کارآفرینی روستایی مبتنی بر کشاورزی چندکارکردی.

ج) پیشنهادها برای تحقیقات آتی: ۱. انجام پژوهش‌های جامعه‌شناختی و انسان‌شناختی در زمینه کارآفرینی روستایی. ۲. تحلیل انتقادی گفتمان حاکم کارآفرینی روستایی. ۳. تحلیل هویتی و طبقاتی کارآفرینان روستایی. ۴. تحلیل کشاورزی چندکارکردی و ارتباط آن با کارآفرینی روستایی. ۵. تبدیل مفاهیم و سازه‌های کیفی به متغیر و آزمون کمی شجره‌های ارائه شده در این پژوهش.

منابع

- آزادآرمکی، تقی (۱۳۸۷)، *جامعه‌شناسی فرهنگ*، تهران: نشر علم.
- ادیب، یوسف، و مردان اربط، فاطمه، پدیدارشناسی تجربیات و ادراکات کارآفرینان از پدیده کارآفرینی: یک مطالعه کیفی، توسعه کارآفرینی، ۷(۳)، ۴۴۷-۴۶۵.
- امین آقایی، مهرناز، (۱۳۸۷) بررسی عوامل مؤثر بر عملکرد صنایع کوچک از دیدگاه کارشناسان توسعه روستایی، روستا و توسعه، ۱۱(۴)، ۱۲۵-۱۴۶.
- ایزدی، نسیم، و عطایریال پوریا (۱۳۹۲) کارآفرینی روستایی و نقش ترویج و آموزش کشاورزی در توسعه آن، فصل‌نامه نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی، ۱۱(۴۰)، ۳۰-۳۴.
- بنی اسدی، ندا (۱۳۹۰) بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با کارآفرینی روستای (مطالعه موردی: روستای شهرستان کرمان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه صنعتی اصفهان.
- توسلی، غلامعباس (۱۳۸۴)، *نظریه‌های جامعه‌شناسی*، تهران: سمت.
- حریری، نجلا (۱۳۸۵) *اصول و روش‌های پژوهش کیفی*، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی-واحد علوم و تحقیقات.
- رضوانی، محمدرضا، و محمدنجرزاده (۱۳۸۷) "بررسی و تحلیل زمینه‌های کارآفرینی روستایی در فرایند توسعه نواحی روستایی"، *توسعه کارآفرینی*، ۱(۲)، ص ۱۶۱-۱۸۲.
- ریتزر، جورج (۱۳۸۴) *نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر علمی.
- شریف‌زاده، ابوالقاسم و همکاران (۱۳۸۸) *رویکرد سیستمی در ترویج و توسعه کشاورزی*. "جهاد دانشگاهی، تهران.
- کاهان، دیوید (۱۳۹۳) کارآفرینی در کشاورزی، ترجمه سعید کریمی و رضا موحدی، همدان: نورعلم.
- محمدی، بیوک (۱۳۹۰) درآمدی بر روش تحقیق کیفی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، تهران.
- موحدی، رضا و یعقوبی فرانی، احمد (۱۳۹۱) درآمدی بر کارآفرینی روستایی، همدان: نشر دانشگاه بوعلی سینا.
- میرزامحمدی، علی (۱۳۹۱) تحلیل کیفی داده‌ها با ATLAS.ti، کیان: تهران.
- یداللهی فارسی، جهانگیر، و رضوی، سیدمصطفی (۱۳۹۱) نقش سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی در کارآفرینی جوانان در روستاهای بخش کربال، *پژوهش‌های جغرافیای انسانی*، ۴۴(۷۹)، ۱۰۳-۱۱۵.
- Anderson, A. R. & Nicholson, L. (2005) News and Nuances of the

- Entrepreneurial Myth and Metaphor: Linguistic Games in Entrepreneurial Sense-Making and Sense-Giving, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(2), pp. 153–172.
- Berglund, H. (2007) Researching Entrepreneurship as Lived Experience, in: Neegaard, H. & Ulhoi, J. P. (eds) *Handbook of Qualitative Research Methods in Entrepreneurship*, pp. 75–93 (Cheltenham, UK: Edward Elgar).
- Bjerke, B. (2010) Entrepreneurship, Space and Place, in: Frederic, B. F., Bjerke, B. & Johansson, A. W. (eds) *(De) Mobilizing the Entrepreneurship Discourse*, pp. 97–122 (Cheltenham, UK: Edward Elgar).
- Browne, K. E & Milgram, B. L. (2009) *Economics and Morality* (eds.), Altamira Press.
- Burrell, G., Morgan, G. (2005). *Sociological Paradigms and Organizational Analysis*, Ashgate: England.
- Cloke, P. & Little, J. (2005) Introduction: Other Countryside, in: Cloke, P. & Little, J. (eds) *Contested Countryside Cultures*, pp. 1–17 (New York, NY: Routledge).
- Collins, R. (2004) *Interaction ritual chains*, Princeton University Press, NJ.
- Diaz-Pichardo, R. (2011). 'From Farmers to Entrepreneurs: The Importance of Associative', *BALAS Annual Conference*. Santiago, Chile: Universidad Adolfo Ibanez.
- Dutta, S. (2004) *Rural Industrial Entrepreneurship: The Case of Bardhaman District in West Bengal*, PhD. Thesis. Wageningen University, Netherlands.
- Eckhardt, J. T. and Shane, S (2003). "Opportunities and entrepreneurship", *Journal of Management*, 29(3), 333–349.
- Elder-Vass, D. (2012). *The Reality of Social Construction*, New York: Cambridge University Press.
- Fleskens, L., Duarte, F. and Eicher, I. (2009). 'A Conceptual Framework for the Assessment of Multiple Functions of Agro-Ecosystems: A Case Study of Tra's-os-Montes Olive Groves', *Journal of Rural Studies*, 25 (1), 141-155.
- Foucault, M. (1967/2013) *Archaeology of Knowledge* (London: Routledge).
- Giddens, A. (1984). *The constitution of society*, Cambridge, UK: Polity Press.
- Global Entrepreneurship Monitor, (2013 & 2014) "GEM Global Report".
- Granovetter, M. (1985). 'Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness', *American Journal of Sociology*, 91(3), 481-510.
- Grant P. and Perren, L. (2002); *Small Business and Entrepreneurial Research: Metatheories, Paradigms and Prejudices*. *International Small Business Journal* 20(2): 185–211.

- Hayton, J.C., George, G. and Zahra, S.A. (2002) 'National culture and entrepreneurship: A review of behavioral research', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(4), 33-52.
- Hofstede, G. (1980) "*Culture's consequences: International differences in work-related values*". Sage, US.
- Hofstede, G. (2001) "*Culture's consequences: Comparing values, behaviours, institutions and organizations across nations*". 2nd ed. Thousand Oaks, Sage, US.
- Huttunen, S. (2012). 'Wood Energy Production, Sustainable Farming Livelihood and Multifunctionality in Finland', *Journal of Rural Studies*, 28(4), 549-558.
- Huyelenbroeck, G.V., Vanslembrouck, I. (2005). *Landscape amenities*, Springer, Ghent, Belgium.
- Jennings, P.L., Perren, L. and Carter, S. (2005) 'Guest Editors' Introduction: Alternative Perspectives on Entrepreneurship Research', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29 (2), 145-152.
- Kyro, P. (2014). 'To grow or not to grow? Entrepreneurship and sustainable development'. Cited in *Handbook of Entrepreneurship and Sustainable Development Research*, Alato University, Finland.
- Lowrey, Y. (2003) The Entrepreneur and Entrepreneurship: A Neoclassical Approach, Paper presented at *ASSA Annual Meeting, China: Tsinghua University*.
- Millns, J. & Juhasz, J. (2006) Promoting Farmer Entrepreneurship Through Producer Organizations in Central and Eastern Europe (Rome: FAO).
- McKeever, E., Jack, S. and Anderson, A. (2015) 'Embedded Entrepreneurship in the Creative Re-construction of Place', *Journal of Business Venturing*, 30(1), 50-65.
- McElwee, G. (2005). 'Developing entrepreneurial skills of farmers', *ESOF series (SSPE-CT-2005- ۲006)*, University of Lincoln.
- Mitchell, C. J. A. & de Waal, S. B. (2009) Revisiting the Model of Creative Destruction: St. Jacobs, Ontario, a Decade Later, *Journal of Rural Studies*, 25, pp. 156–167.
- Morrison, A. (2015), 'A contextualization of entrepreneurship', *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 12 (4), 192-209.
- North, Douglass.C (1990), *Institution, institutional change and economic performance*, Cambridge University Press, USA.
- Ogbor, J. O. (2000) Mythicizing and Reification in Entrepreneurial Discourse: Ideology-Critique of Entrepreneurial Studies, *Journal of Management Studies*, 37(5), pp. 605–635.

- Parsons, T. and Smelser, N. (2005) "Economy and society". UK: Routledge.
- Rightmyre, V. (2003) Missouri Rural Entrepreneurship Initiative (Columbia, SC: *Community Policy Analysis Centre*, University of Missouri (Report R-2003-02).
- Rudmann, C. (ed.) (2008) *Entrepreneurial Skills and their Role in Enhancing the Relative Independence of Farmers* (Frick, Switzerland: elser
- Sarasvathy, S.D. (2008), 'Effectuation: Elements of entrepreneurial expertise', Edward Elgar, UK, USA.
- Shapero, A., Sokol, L. (1982) 'The social dimensions of entrepreneurship', *Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship*, University of Illinois, USA.
- Smelser, N.J. and Swedberg, R. (eds) (2005) *The handbook of economic sociology*, Princeton University Press, USA.
- Steier, L.P. and Chua, J.H. (2009) 'Embeddedness Perspectives of Economic Action Within Family Firms', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(6), 1157-1167.
- Thornton, P. H. (1999). 'The Sociology of Entrepreneurship', *Annual Review of Sociology*, 25(1), 19-46.
- Thornton, P. H., Ribeiro-Soriano, D. and Urbano, D. (2011). "Socio-cultural factors and entrepreneurial activity: An overview", *International Small Business Journal*. 29(2), 105-118.
- Venkataraman, s. Shane, S. (2000). "The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research", *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Welter, F. (2010) 'Contextualizing Entrepreneurship—Conceptual Challenges and Ways Forward', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35 (1), 165-184.