



نقش سرمایه اجتماعی بر فرآیند پذیرش نوآوری‌ها از دیدگاه توتون‌کاران استان مازندران

سارا سعادت^۱، حمید رضائی دارابی^۲، مهدی چرمچیان لنگرودی^۳

چکیده

روستاها به عنوان یکی از بخش‌های مهم کشور امروزه در راه توسعه خود در کنار سرمایه‌های اقتصادی، نیازمند سرمایه‌های اجتماعی هم می‌باشد. وجود مولفه‌های سرمایه اجتماعی در میان کشاورزان، باعث افزایش کارایی ترویج کشاورز به کشاور، انتقال اطلاعات،... و در نهایت، اقدام جمعی و مشارکت کشاورزان برای پذیرش تکنولوژی‌های کشاورزی می‌شود. عواملی از جمله میزان اعتماد روستاییان به مروجین، میزان مشارکت‌پذیری روستاییان، میزان انسجام اجتماعی آنها و موارد مشابه دیگری می‌توانند فرآیند پذیرش و نشر ایده‌های جدید را تسریع و تسهیل نمایند که بیشتر این عوامل جزء مولفه‌های سرمایه اجتماعی هستند. بنابراین سرمایه اجتماعی یکی از مهم‌ترین الزامات و ضرورت‌ها در فرآیند پذیرش نوآوری‌ها می‌باشد. لذا این تحقیق با هدف بررسی نقش سرمایه اجتماعی بر فرآیند پذیرش نوآوری‌ها از دیدگاه توتون‌کاران استان مازندران با استفاده از فن پیمایش اجرا شد. تحقیق حاضر از نوع کاربردی، به شیوه توصیفی-همبستگی است و پرسشنامه ابزار اصلی تحقیق می‌باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل توتونکاران استان مازندران ($N=1728$) می‌باشد که از این تعداد ۲۶۰ نفر با استفاده از فرمول کوکران به روش نمونه‌گیری انتساب متناسب با بزرگی هر طبقه به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند ($n=260$) و در نهایت ۲۸۰ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که بین سطح سواد توتونکاران، تعاملات اجتماعی، انسجام اجتماعی، مشارکت اجتماعی، اعتماد، آگاهی، ویژگی‌های نوآوری و میزان استفاده از نوآوری و بطور کلی سرمایه اجتماعی با فرآیند پذیرش نوآوری‌ها در سطح ۹۹ درصد رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد و بین سن، سابقه کشت توتون و درآمد توتونکاران با فرآیند پذیرش نوآوری‌ها رابطه معناداری مشاهده نشده است. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون نیز نشان می‌دهد که متغیرهای ویژگی‌های نوآوری، سرمایه اجتماعی و میزان استفاده از نوآوری در مجموع توانستند ۶۶/۶ درصد از تغییرات دیدگاه توتونکاران نسبت به عوامل موثر در فرآیند پذیرش نوآوری‌ها پیش‌بینی کنند. در پایان نیز برای تسریع فرآیند پذیرش نوآوری‌ها با استفاده از سرمایه اجتماعی توصیه‌های علمی ارائه شده است.

واژه‌های کلیدی: سرمایه اجتماعی، پذیرش، نوآوری، فرآیند پذیرش نوآوری.

^۱ کارشناس ارشد ترویج و آموزش کشاورزی

^۲ کارشناس ارشد اداره دخانیات استان مازندران

^۳ استادیار بخش ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری



مقدمه

در دهه‌های پایانی هزاره دوم متعاقب مطرح شدن موضوع توسعه پایدار و به ویژه توسعه اجتماعی، مفهوم سرمایه اجتماعی بیش از پیش مورد نظر قرار گرفت (Harper, ۲۰۰۱). با شروع هزاره سوم هم، توجه روزافزون به جایگاه و نقش سرمایه اجتماعی تداوم یافت، به طوری که امروزه با حجم قابل توجهی از منابع و متون مرتبط با سرمایه اجتماعی سر و کار داریم (Beugelsdijk & van schaik, ۲۰۰۵). سرمایه اجتماعی به عنوان اعتماد بین شخصی (Wills-Herrera et al., ۲۰۱۱) و یکی از ویژگی‌های سازمان‌های اجتماعی مثل اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها تعریف می‌شود که می‌تواند اثربخشی و بازدهی جامعه را بوسیله تسهیل، پرورش و توسعه فعالیت‌های هماهنگ بهبود بخشد و معیاری برای سنجش میزان اعتمادپذیری، همکاری و مشارکت اجتماعی به شمار می‌آید (Fukuyama, ۲۰۰۱) که این ناشی از رفتارهایی است که مردم در اجتماع از خود نشان می‌دهند. وجود این سرمایه در جوامع کشاورزی، می‌تواند یکی از عوامل، جهت دستیابی به توسعه پایدار روستایی باشد (Akhtar Mohagheghi, ۲۰۰۷) لذا توجه به این موضوع مهم در مباحث توسعه پایدار، به ویژه توسعه پایدار روستایی و کشاورزی حائز اهمیت است. میزان سرمایه اجتماعی در هر گروه یا جامعه‌ای نشان دهنده میزان اعتماد افراد به یکدیگر است. همچنین وجود میزان قابل قبولی از سرمایه اجتماعی موجب تسهیل کنش‌های اجتماعی می‌شود، به طوری که می‌توان گفت که وجود مولفه‌های سرمایه اجتماعی در میان کشاورزان، باعث افزایش کارایی ترویج کشاورز به کشاور می‌شود و انتقال اطلاعات، همکاری و هماهنگی آن‌ها را تسهیل و تشدید می‌کند. لذا تغییر در آهنگ این مشخصه است که در نهایت منجر به اقدام جمعی و مشارکت کشاورزان برای پذیرش تکنولوژی‌های کشاورزی می‌شود. همچنین مطالعات اخیر نشان داده است، جایی که شاخص‌های سرمایه اجتماعی آشکار و مشهود هستند، مردم محلی با انگیزه بیشتری و با تعهد بالاتری با ماموران موسسات تغییر در جهت ایجاد تغییرات مطلوب و پایدار همکاری می‌کنند (احمدی فیروزجایی و همکاران، ۱۳۸۵).

آموزش در ترویج به طریقی غیررسمی و فقط از طریق اتکا به اعتقاد و پشتیبانی مردم بدون هیچ ضابطه محدود کننده و دست و پاگیر انجام می‌شود، از این رو مروج به عنوان فردی خواهد بود که به نوآوری می‌پردازد (ملک محمدی، ۱۳۸۶). نوآوری معرفی یک فکر نو، یک فن جدید و یا یک روش نوین در زمینه‌های مختلف زندگی مادی و معنوی می‌باشد. کارشناسان و متخصصین توسعه و عمران معتقدند که میزان و درجه پذیرش نوآوری‌ها در یک جامعه رابطه مستقیم با پیشرفت و توسعه اجتماعی آن جامعه دارد (پایدارفر، ۱۳۷۶). امروزه با افزایش اهمیت نوآوری در فرایند توسعه و انتقال فناوری‌های کشاورزی، کارگزاران نهادی تحقیق، آموزش و ترویج کشاورزی تلاش می‌کنند تا چارچوبی انعطاف پذیر برای مشارکت هر چه بیشتر مخاطبان خویش فراهم آورند. از این رو همواره متوجه ساماندهی و توسعه رهیافت‌هایی‌اند که عاملان توسعه و ترویج کشاورزی را در نقش تسهیلگر در کنار کشاورزان و گروه‌های روستایی برای ایجاد، سازگاری، توسعه و کاربرد دانش و فناوری مناسب با شرایط محلی قرار دهند (لشگرآرا و حسینی، ۱۳۸۴).

فرآیند پذیرش یک جریان تدریجی و تکاملی است که طی آن پدیده‌های مادی و غیرمادی توسط فرد یا گروه هدف دریافت و پذیرفته می‌شود. در مقابل پذیرش نوآوری‌های جدید، مقاومت یا به اصطلاح عدم پذیرش وجود دارد (کریمی، ۱۳۹۰). راجرز با این هدف دست به مطالعه نشر نوآوری می‌زند که معتقد است، اگرچه حقیقت دارد که ما بیش از هر زمان دیگری در عصر تغییر زندگی می‌کنیم اما ساختار نظام اجتماعی و ویژگی‌های فردی غالباً مانع نشر نوآوری‌ها می‌شود (ازکیا و همکاران، ۱۳۸۸). در نتیجه یکی از مسائلی که همیشه مروجین جهاد کشاورزی با آن در ارتباط بوده‌اند پذیرش نوآوری در میان کشاورزان است. کشاورزان همواره در برابر نوآوری‌ها از خود مقاومت نشان می‌دهند. جهاد کشاورزی برای تسریع در پذیرش نوآوری در میان کشاورزان به شیوه‌های مختلفی متوسل می‌شود که از مهمترین آنها می‌توان به برگزاری کلاس‌های ترویجی، ارائه نهاده‌ها به قیمت پائین‌تر به کشاورزان نوآور، برگزاری نمایشگاه‌های نوآور اشاره کرد (کریمی، ۱۳۹۰).

در پژوهش علی بیگی و جعفری نیا (۱۳۹۱)، پنج عامل اعتماد به غریبه‌ها، اعتماد بین شخصی، مبادله اطلاعات با داخل نظام اجتماعی، تعاون اجتماعی و شبکه روابط غیر رسمی به ترتیب به عنوان مهم ترین فاکتورهای سرمایه اجتماعی متمایز کننده دو گروه تعاونی و خصوصی شناسایی شدند. همچنین نتایج پژوهش ویسی و صدیقی (۱۳۹۱) نشان داد که مولفه‌های بها دادن به زندگی، احساس امنیت و اعتماد و مشارکت در اجتماعات محلی در مجموع ۴۰ درصد از تغییرات رفتار کارآفرینی را تبیین نمود. نتایج تحقیقات موحد محمدی و همکاران (۱۳۹۱)، نشان داد که حدود ۵۰ درصد از واریانس متغیر وابسته کارآفرینی سازمانی توسط سه



مولفه «هویت جمعی»، «شبکه‌ها و هنجارهای مشترک» و «انسجام و همبستگی جمعی» تبیین می‌گردد. کریمی (۱۳۹۰) در پایان نامه خود به این نتیجه رسید که سرمایه اجتماعی و ویژگی‌های نوآوری تأثیر معناداری بر پذیرش نوآوری کشت کلزا دارند و همچنین کشاورزان پذیرنده نسبت به کشاورزان نپذیرنده از سرمایه اجتماعی بالاتری برخوردار هستند و شریفی و حسینی (۱۳۸۸) در مقاله خود به این نتیجه رسیدند که بی‌اعتمادی کشاورزان عاملی است که تأثیری منفی بر پذیرش بیمه اجتماعی دارد. فولادیان (۱۳۸۸) در مطالعه خود برای بررسی سرمایه اجتماعی، ۴ شاخص در نظر گرفت: اعتماد، رابطه‌ی اجتماعی، آگاهی و اطلاعات و همکاری و مشارکت. ازکیا و فیروزآبادی (۱۳۸۷) در مطالعه خود به این نتیجه رسیدند که مشارکت، همیاری و تمایل به کار گروهی، نوگرایی و بهره‌وری در بهره‌برداران تعاونی، به شکل معناداری بالاتر از بهره‌برداران در واحدهای فردی دهقانی است. نتایج تحقیقات احمدی فیروزجایی (۱۳۸۶) حاکی از آن بود که چهار فاکتور مبادله اطلاعات به خارج از نظام اجتماعی، اعتماد به نهادها، میزان آگاهی و شبکه رسمی به ترتیب به عنوان مهمترین متغیرهای سرمایه اجتماعی متمایزکننده پذیرندگان و غیرپذیرندگان برنامه‌های ترویج بودند. سعادت (۱۳۸۵) در تحقیق خود متغیرهای اعتماد، سطح آگاهی عمومی، صداقت، مشارکت جمعی، مشارکت در انتخابات، میزان ارتکاب به جرم را به عنوان متغیرهای مستقل مؤثر بر میزان سرمایه اجتماعی مورد بررسی قرار داد. همچنین قاسمی و همکاران (۱۳۸۵) در پژوهش خود سرمایه اجتماعی را با استفاده از مؤلفه‌های اعتماد و قابلیت اعتماد، همیاری، همکاری، ظرفیت پذیرش تفاوت‌ها (مدارا)، احساس اثرگذاری و کارایی، ارزش زندگی، وساطت اجتماعی، حمایت اجتماعی، مشارکت اجتماعی و انسجام اجتماعی مورد سنجش قرار دادند.

گودرزی^۴ (۲۰۱۳) در پژوهش خود با عنوان «اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی در استان همدان ایران» به این نتایج رسید که بین تعهد مذهبی، بحران هویت، فردگرایی، مدت اقامت در یک مکان، محل اقامت (روستا / شهرستان)، سن و تحصیلات با سرمایه اجتماعی رابطه معنی داری وجود دارد. مایکلینی^۵ (۲۰۱۳) در تحقیق خود بیان نمود که، اهمیت سرمایه اجتماعی به عنوان منبعی برای توسعه روستایی، به ویژه در زمینه پروژه‌های مربوط به مشارکت‌های مشترک از دولت و جامعه مدنی می‌باشد. وی در مقاله خود پس از بررسی دیدگاه‌های نظری بر سرمایه اجتماعی و توسعه، به مشکلات عوامل اقتصادی در ایجاد سرمایه اجتماعی و تأثیر این فرآیند بر روی بهره‌وری مزارع و پیشرفت سرزمین می‌پردازد همچنین ادوارد^۶ (۲۰۱۰) به بررسی متغیرهای تسهیل کننده میزان پذیرش نوآوری در سازمان می‌پردازد که این متغیرهای تسهیل کننده شامل: رهبری، جوسازمان، کارکنان تغییر محور وجهه سازمانی است. صدیق‌بانی^۷ (۲۰۰۹) در تحقیقات خود با عنوان «رسانه‌های جمعی و سرمایه اجتماعی» بیان داشت که سرمایه اجتماعی نسبت به دیگر شکل‌های سرمایه ناملوس بوده و در روابط غیررسمی میان افراد و اعضا مستتر است. یافته‌های حاصل از پژوهش آلگیوزایوی و فیلیری^۸ (۲۰۱۰) نشان داد که هم شبکه‌های انبوه (اعتماد، تسهیم اثربخش اطلاعات، مشارکت اثربخش) و هم شبکه‌های پراکنده (دستیابی به دانش‌های خاص، کنترل تغییر اطلاعات و غیره) بر عملکرد نوآوری تأثیرگذار است. هارپر و کلی^۹ (۲۰۰۳) در تحقیق خود از شاخص‌های مشارکت اجتماعی، مشارکت مدنی، شبکه‌های اجتماعی و حمایت اجتماعی، تعامل و اعتماد بین مردم و نهادها و چشم اندازهای مناطق محلی و در جوامع مورد مطالعه خود استفاده نمودند. نتایج مطالعه آفه و فیوچ^{۱۰} (۲۰۰۲) بیانگر رابطه بین سن و سرمایه اجتماعی است. همچنین گلایزر و ساکردات^{۱۱} (۲۰۰۰) در تحقیق خود نشان دادند که متغیر سن نقش مهمی در سرمایه اجتماعی دارد و همچنین در مطالعه‌ای که توسط کریشنا و شرادر^{۱۲} (۲۰۰۰) برای اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی معیارهایی صورت گرفت، معیارهای: اعتماد، همیاری، همکاری و انسجام اجتماعی برای سنجش میزان سرمایه اجتماعی مورد استفاده قرار گرفتند. ناهاپیت و گوشا^{۱۳} (۱۹۹۵) در تحقیقات خود بیان نمودند که عنصر رابطه‌ای سرمایه اجتماعی توصیف کننده نوعی روابط شخصی است که افراد با یکدیگر به خاطر سابقه

^۴ Goudarzi

^۵ Michellini

^۶ Edwards

^۷ Seddighbannay

^۸ Alguezaui & Filieri

^۹ Harper & Kelly

^{۱۰} Offe & Fuchs

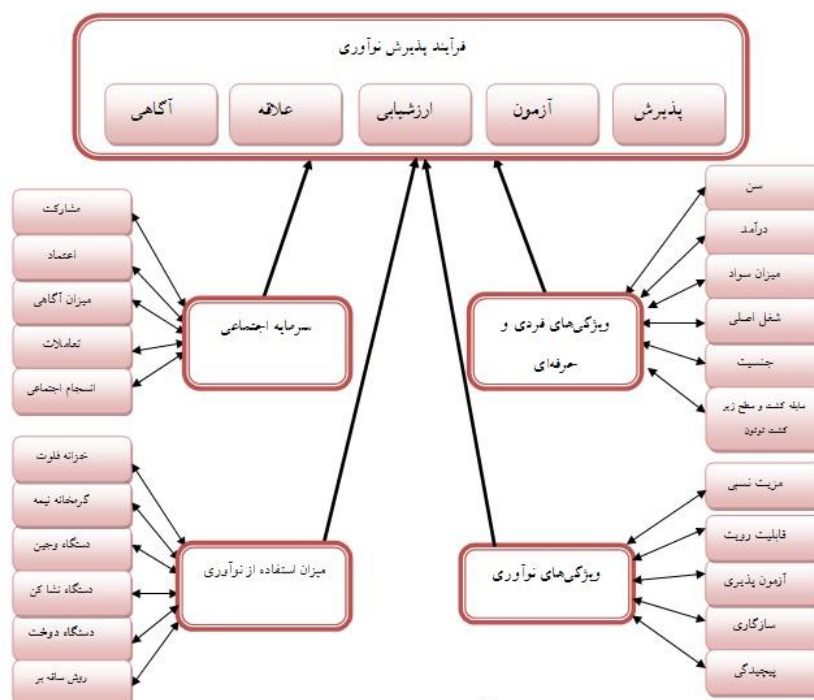
^{۱۱} Glaeser & Sacerdote

^{۱۲} Krishna & Shrader

^{۱۳} Nahapiet & Gosha

تعاملاتشان برقرار می‌کنند. مهم‌ترین جنبه‌های این بعد از سرمایه اجتماعی عبارتند از: اعتماد؛ هنجارها با الزامات و انتظارات و هویت می‌باشد.

بنابراین با توجه به جایگاه توتون در اشتغال‌زایی، صادرات و به طور کلی در اقتصاد کشور، یکی از نوآوری‌هایی که جهاد کشاورزی در سال‌های اخیر به دنبال گسترش آن در میان کشاورزان است مربوط به کشت توتون می‌باشد و با توجه به اهمیت و نقش شاخص‌های سرمایه اجتماعی در پذیرش نوآوری‌ها، محقق در این پژوهش به بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و فرآیند پذیرش نوآوری‌ها از دیدگاه توتون‌کاران استان مازندران پرداخته است که با استفاده از پژوهش‌های فوق می‌توان گفت که مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی، ویژگی‌های نوآوری، میزان استفاده از نوآوری و ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای به عنوان متغیر مستقل بر فرآیند پذیرش نوآوری موثر هستند که در شکل شماره ۱ نشان داده شده‌اند.



شکل ۱: چهارچوب نظری تحقیق

روش پژوهش

این تحقیق از نوع توصیفی-همبستگی^{۱۴} می‌باشد که با بهره‌گیری از فن پیمایش^{۱۵} و از طریق پرسشنامه انجام شده است. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش، شامل توتونکاران استان مازندران است (N= ۱۷۲۸)، که از این میان، تعداد ۲۶۰ نفر با استفاده از فرمول کوکران^{۱۶} به عنوان نمونه آماری انتخاب و با توجه به گستردگی جامعه آماری از روش نمونه‌گیری انتساب متناسب با حجم یا بزرگی هر طبقه^{۱۷} استفاده و اطلاعات جمع‌آوری گردید و در نهایت، این ۲۸۰ پرسشنامه جمع‌آوری و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. همانطور که بیان شد، برای تعیین حجم نمونه از جامعه آماری توتونکاران از فرمول کوکران استفاده شده که فرمول آن به این صورت می‌باشد:

^{۱۴} Descriptive –Correlation

^{۱۵} Survey

^{۱۶} Cochran, ۱۹۷۷

^{۱۷} probability proportional of size (p.p.s)



$$n^{(1)} = \frac{N(ts)^2}{Nd^2 + (ts)^2}$$

برای جمع آوری اطلاعات مورد نیاز پژوهش، پرسشنامه‌ای در دو بخش تهیه و تدوین شد. بخش اول شامل جمع‌آوری اطلاعات در زمینه مبانی نظری موضوع و سوابق تحقیقات انجام شده بود که با استفاده از روش مطالعه کتابخانه‌ای و جستجوی کامپیوتری از منابع اینترنتی و اطلاع‌رسانی صورت گرفته است. بخش دوم شامل جمع‌آوری اطلاعات و آمار مورد نیاز از توتونکاران منطقه پژوهش که با کاربرد پرسشنامه در قالب عملیات میدانی صورت گرفته است. روایی ظاهری^{۱۸} پرسشنامه توسط پانلی از متخصصان علوم ترویج و آموزش کشاورزی و کارشناسان اداره دخانیات استان مازندران مورد بررسی قرار گرفت و اصلاحات لازم صورت گردید. آزمون راهنما^{۱۹} در منطقه مشابه با جامعه آماری (استان گلستان) با تعداد ۳۰ پرسشنامه صورت گرفت و با داده‌های کسب شده و با استفاده از فرمول ویژه آلفای کرونباخ در نرم افزار Spss اعتبار پرسشنامه بین ۰,۷۱ تا ۰,۹۳ برای مقیاس‌های مختلف بدست آمد. در این تحقیق پس از جمع‌آوری و دسته‌بندی داده‌ها با استفاده از نرم افزار Spss نسخه ۱۸ از روش آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار، فراوانی و درصد) و آمار استنباطی (ضرایب همبستگی و آزمون‌های آماری) به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده گردیده است.

یافته‌ها و بحث

الف) یافته‌های توصیفی

۱. ویژگی‌های فردی توتونکاران:

با توجه به جدول شماره (۱) ۲۲۴ نفر از پاسخگویان مرد (۸۰٪) و ۵۰ نفر زن (۱۷/۹٪) بودند میانگین سنی پاسخگویان در حدود ۴۷ سال بدست آمد و اکثریت آنها متاهل (۹۲/۵٪) می‌باشند. بر اساس اطلاعات بدست آمده درباره میزان تحصیلات پاسخگویان، ۷۷ نفر از آنها بی‌سواد هستند در حالیکه ۲ نفر (۰/۷ درصد) دارای لیسانس و بالاتر از آن دارند

^{۱۸} Face validity

^{۱۹} pilot test



جدول ۱- توزیع فراوانی توتونکاران بر حسب ویژگی‌های فردی

متغیر	سطوح متغیر	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
جنسیت	مرد	۲۲۴	۸۰/۰	۸۱/۸	-
	زن	۵۰	۱۷/۹	۱۸/۲	-
	بی‌پاسخ	۶	۹۷/۹	-	-
	جمع	۲۸۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	-
ع	۳۰ سال و کمتر از	۱۳	۴/۶	۴/۸	۴/۸
	۳۱ تا ۴۰ سال	۴۹	۱۷/۵	۱۸/۲	۲۳/۰
	۴۱ تا ۵۰ سال	۱۱۴	۴۰/۷	۴۲/۴	۶۵/۴
	۵۱ سال و بیشتر از آن	۹۳	۳۳/۲	۳۴/۶	۱۰۰/۰
	بی‌پاسخ	۱۱	۳/۹	-	-
	جمع	۲۸۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	-
وضعیت تاهل	مجرد	۱۸	۶/۴	۹/۷۵: انحراف معیار	۴۷/۶۲: میانگین
	متاهل	۲۵۹	۹۲/۵	۶/۵	
	بی‌پاسخ	۳	۱/۱	-	
	جمع	۲۸۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	
	بی‌سواد	۷۷	۲۷/۵	۲۷/۷	۲۷/۷
میزان سواد	خواندن و نوشتن	۶۹	۲۴/۶	۲۴/۸	۵۲/۵
	ابتدایی و راهنمایی	۷۴	۲۶/۴	۲۶/۶	۷۹/۱
	دیپلم و فوق‌دیپلم	۵۶	۲۰/۰	۲۰/۱	۹۹/۳
	لیسانس و بالاتر	۲	۰/۷	۰/۷	۱۰۰/۰
	بی‌پاسخ	۲	۰/۷	-	-
	جمع	۲۸۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	-

۲. سابقه کشت توتون:

بر اساس اطلاعات بدست آمده نشان می‌دهد که ۴۲/۱ درصد از توتونکاران سابقه بین ۱۰ تا کمتر از ۲۰ سال و ۱/۱ درصد سابقه ۴۰ سال و بیشتر از آن را در زمینه کشت توتون دارند. همچنین میانگین سابقه کشت توتون حدود ۱۹ سال می‌باشد (جدول ۲).

جدول ۲- توزیع فراوانی سابقه کشت توتون توتونکاران مورد مطالعه

متغیر	سطوح متغیر	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
سابقه کشت توتون	کمتر از ۱۰ سال	۷۰	۲۵/۰	۲۵/۱	۲۵/۱
	بین ۱۰ تا کمتر از ۲۰ سال	۱۱۸	۴۲/۱	۴۲/۳	۶۷/۴
	بین ۲۰ تا کمتر از ۳۰ سال	۵۹	۲۱/۱	۲۱/۱	۸۸/۵
	بین ۳۰ تا کمتر از ۴۰ سال	۲۹	۱۰/۴	۱۰/۴	۹۸/۹
	۴۰ سال و بیشتر از ۴۰ سال	۳	۱/۱	۱/۱	۱۰۰/۰
	بی‌پاسخ	۱	۰/۴	-	-
	جمع	۲۸۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	-
	۲/۰ سال: کمینه	۵۵/۰ سال: بیشینه	۰/۹۶: انحراف معیار	۱۸/۶۰ سال: میانگین	



۳. سطح زیر کشت توتون به صورت دیم:

تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد، میانگین سطح زیر کشت توتون به صورت دیم افراد مورد مطالعه در حدود ۱ هکتار و به صورت آبی در حدود ۰/۰۵ هکتار بدست آمد (جدول ۳).

جدول ۳- توزیع فراوانی سطح زیر کشت توتون به صورت دیم توتونکاران مورد مطالعه

متغیر	سطوح متغیر	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
۵. سطح زیر کشت توتون به صورت دیم	کمتر از ۲ هکتار	۲۲۰	۷۸/۶	۸۲/۴	۸۲/۴
	بین ۲ تا کمتر از ۴ هکتار	۳۸	۱۳/۶	۱۴/۲	۹۶/۶
	بین ۴ تا کمتر از ۶ هکتار	۷	۲/۵	۲/۶	۹۹/۳
	۶ هکتار و بیشتر از آن	۲	۰/۷	۰/۷	۱۰۰/۰
	بی پاسخ	۱۳	۴/۶	-	-
	جمع	۲۸۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	-
		۰/۰ هکتار: کمینه	۸/۰ هکتار: بیشینه	۱/۰۵: انحراف معیار	۱/۱۷ هکتار: میانگین
۶. سطح زیر کشت توتون به صورت آبی	۰ هکتار	۲۴۶	۸۷/۹	۹۰/۴	۹۰/۴
	کمتر از ۱ هکتار	۲۵	۸/۹	۹/۲	۹۹/۶
	بین ۱ تا کمتر از ۲ هکتار	۰	۰/۰	۰/۰	۹۹/۶
	۲ هکتار و بیشتر از آن	۱	۰/۴	۰/۴	۱۰۰/۰
	بی پاسخ	۸	۲/۹	-	-
	جمع	۲۸۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	-
		۰/۰ هکتار: کمینه	۲/۰ هکتار: بیشینه	۰/۲۰: انحراف معیار	۰/۰۵ هکتار: میانگین

۴. متوسط درآمد توتونکاری:

با توجه به جدول شماره ۴ بیشتر افراد مورد مطالعه دارای درآمد بین ۴ تا کمتر از ۶ میلیون دارند این در حالی است که درآمد کمتر از ۲ میلیون تومان کمترین فراوانی را در بین درآمد افراد مورد مطالعه از کشت توتون دارند (۲۷ نفر یا ۹/۶ درصد).

جدول ۴- توزیع فراوانی متوسط درآمد توتونکاری در جامعه مورد مطالعه

متغیر	سطوح متغیر	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
متوسط درآمد توتونکاری	کمتر از ۲ میلیون تومان	۲۷	۹/۶	۱۰/۰	۱۰/۰
	بین ۲ تا کمتر از ۴ میلیون تومان	۷۷	۲۷/۵	۲۸/۵	۳۸/۵
	بین ۴ تا کمتر از ۶ میلیون تومان	۸۰	۲۸/۶	۲۹/۶	۶۸/۱
	بین ۶ تا کمتر از ۸ میلیون تومان	۳۳	۱۱/۸	۱۲/۲	۸۰/۴
	بین ۸ میلیون و بیشتر از آن	۵۳	۱۸/۹	۱۹/۶	۱۰۰/۰
	بی پاسخ	۱۰	۳/۶	-	-
	جمع	۲۸۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	-
		۳۵۰۰۰۰۰: کمینه	۲۰۰۰۰۰۰۰: بیشینه	۱/۳۱: انحراف معیار	۷۴۳۵۱۰۰: میانگین



۵. سرمایه اجتماعی:

در این تحقیق سرمایه اجتماعی با استفاده از ۵ مولفه مورد بررسی قرار گرفته است. با توجه به جدول شماره ۵، مولفه‌های سرمایه اجتماعی بر حسب میزان ضریب تغییراتشان اولویت بندی شده‌اند. بر این اساس میزان "اعتماد" و "تعاملات اجتماعی" توتونکاران به ترتیب در اولویت اول و دوم و همچنین "انسجام اجتماعی" و "مشارکت اجتماعی" توتونکاران به ترتیب در اولویت چهارم و پنجم قرار گرفته‌اند. جدول شماره ۴-۲۷ این توزیع را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۵- رتبه‌بندی سرمایه اجتماعی توتونکاران مورد مطالعه بر حسب مولفه‌های آن

رتبه	ضریب پراکندگی	انحراف معیار	میانگین	سرمایه اجتماعی
۱	۱۴/۳۸	۵/۲۲	۳۶/۲۸	اعتماد
۲	۱۸/۲۶	۴/۹۸	۲۷/۲۶	تعاملات اجتماعی
۳	۲۰/۵۱	۷/۸۷	۳۸/۳۷	آگاهی
۴	۲۲/۵۳	۳/۷۴	۱۶/۶۰	انسجام اجتماعی
۵	۲۹/۲۳	۸/۲۶	۲۸/۲۵	مشارکت اجتماعی

همچنین به منظور دستیابی به میزان سرمایه اجتماعی توتونکاران مورد مطالعه، ابتدا نمره‌های داده شده به هر یک از گویه‌ها محاسبه و جمع کلی نمره یک فرد محاسبه و سپس نمرات حاصله در پنج دسته از خیلی کم تا خیلی زیاد دسته‌بندی گردیدند که با توجه به جدول شماره ۶، میزان سرمایه اجتماعی ۱۲۶ نفر (۴۵٪) در حد زیاد و ۱۰۳ نفر (۳۶/۸٪) در حد متوسط می‌باشد. در کل می‌توان گفت میزان سرمایه اجتماعی پاسخگویان، در حد متوسط و زیاد قرار دارد.

جدول شماره ۶- توزیع فراوانی توتونکاران بر حسب میزان سرمایه اجتماعی آنها

میزان سرمایه اجتماعی	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
خیلی کم	۱	۰/۴	۰/۴	۰/۴
کم	۴	۱/۴	۱/۷	۲/۱
متوسط	۱۰۳	۳۶/۸	۴۳/۱	۴۵/۲
زیاد	۱۲۶	۴۵/۰	۵۲/۷	۹۷/۹
خیلی زیاد	۵	۱/۸	۲/۱	۱۰۰/۰
بی پاسخ	۴۱	۱۴/۶	-	-
جمع	۲۸۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	-

۶. ویژگی‌های نوآوری

در این مقاله ویژگی‌های نوآوری با استفاده از ۵ مؤلفه (مزیت نسبی، سازگاری، پیچیدگی، آزمون پذیری و مشاهده پذیر بودن نتایج بکارگیری نوآوری) بررسی شده است که برای بررسی میزان تاثیر ویژگی‌های نوآوری در پذیرش آن توسط توتونکاران، ابتدا نمره‌های داده شده به هر یک از گویه‌ها محاسبه و جمع کلی نمره یک فرد محاسبه و سپس نمرات حاصله در پنج دسته از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم دسته‌بندی گردیدند. با توجه به جدول شماره ۷، اکثر توتونکاران (۱۵۱ نفر یا ۵۳/۹ درصد) با موثر بودن ویژگی‌های نوآوری در پذیرش آن موافق بودند.



جدول شماره ۷- توزیع فراوانی توتونکاران بر حسب تاثیر ویژگی‌های نوآوری در پذیرش آن

فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰
۱	۰/۴	۰/۴	۰/۴
۳۶	۱۲/۹	۱۴/۱	۱۴/۵
۱۵۱	۵۳/۹	۵۹/۰	۷۳/۴
۶۸	۲۴/۳	۲۶/۶	۱۰۰/۰
۲۴	۸/۶	-	-
۲۸۰	۱۰۰/۰	-	-

۷. میزان استفاده از نوآوری

بر اساس نتایج جدول ۸ از میان گویه‌های بررسی شده استفاده از خزانه فلوت سیستم و گرمخانه نیمه مدرن به ترتیب بیشترین و میزان استفاده از دستگاه نشا کن و دستگاه دوخت بارلی به ترتیب کمترین میزان استفاده از بین نوآوری‌های موجود در زمینه کشت توتون را دارا بودند و بطور کلی با توجه به جدول شماره ۹، میزان استفاده از نوآوری‌ها در حد کم (۱۰۲ توتونکار یا ۳۶/۴ درصد) قرار دارد.

جدول شماره ۸- توزیع فراوانی توتونکاران بر حسب پاسخ به گویه‌های در نظر گرفته شده جهت سنجش میزان استفاده از نوآوری‌ها

رتبه	ضریب پراکندگی	انحراف معیار	میانگین	گویه
۱	۲۱/۶۷	۰/۸۸	۴/۰۶	خزانه فلوت سیستم
۲	۱۰۶/۵۲	۱/۹۶	۱/۸۴	گرمخانه نیمه مدرن
۳	۱۰۶/۶۲	۱/۷۷	۱/۶۶	روش ساقه بر بارلی
۴	۱۱۸/۷۹	۱/۵۸	۱/۳۳	دستگاه وجین کن
۵	۱۲۰/۰۰	۱/۵۰	۱/۲۵	دستگاه نشا کن
۶	۱۲۳/۳۵	۱/۶۹	۱/۳۷	دستگاه دوخت بارلی

جدول شماره ۹- توزیع فراوانی توتونکاران بر حسب میزان استفاده از نوآوری توتونکاران مورد مطالعه

میزان استفاده از نوآوری	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
خیلی کم	۴۰	۱۴/۳	۱۴/۵	۱۴/۵
کم	۱۰۲	۳۶/۴	۳۷/۰	۵۱/۴
متوسط	۸۹	۳۱/۸	۳۲/۲	۸۳/۷
زیاد	۳۷	۱۳/۲	۱۳/۴	۹۷/۱
خیلی زیاد	۸	۲/۹	۲/۹	۱۰۰/۰
بی پاسخ	۴	۱/۴	-	-
جمع	۲۸۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	-



ب) یافته‌های استنباطی:

همبستگی متغیرهای تحقیق با فرآیند پذیرش نوآوری‌ها

یافته‌های تحلیلی پژوهش در ارتباط با فرآیند پذیرش نوآوری‌ها نشان می‌دهد که بین سطح سواد توتونکاران ($r=0/32$)، تعاملات اجتماعی ($r=0/49$)، انسجام اجتماعی ($r=0/36$)، مشارکت اجتماعی ($r=0/32$)، اعتماد ($r=0/44$)، آگاهی ($r=0/55$)، ویژگی‌های نوآوری ($r=0/73$) و میزان استفاده از نوآوری ($r=0/48$) و بطور کلی سرمایه اجتماعی ($r=0/58$) با فرآیند پذیرش نوآوری‌ها در سطح ۹۹ درصد رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. همچنین بین سن، سابقه کشت توتون و درآمد توتونکاران با فرآیند پذیرش نوآوری‌ها رابطه معناداری مشاهده نشده است (جدول ۱۰).

جدول ۱۰- رابطه بین متغیرهای مستقل با فرآیند پذیرش نوآوری‌ها

فرآیند پذیرش نوآوری‌ها			متغیر	
میزان همبستگی ^{۲۰}	(p) سطح معنی‌داری	(r) ضریب همبستگی	نوع ضریب همبستگی	
جزئی	۰/۹۱	-۰/۰۰۷	پیرسون	سن
متوسط	۰/۰۰۰	۰/۳۲ ^{††}	اسپیرمن	سواد
جزئی	۰/۹۸	-۰/۰۰۲	پیرسون	سابقه کشت توتون
خیلی بالا	۰/۱۶	۰/۰۹۱	پیرسون	درآمد توتونکاری
متوسط	۰/۰۰۰	۰/۴۹ ^{††}	پیرسون	تعاملات اجتماعی
متوسط	۰/۰۰۰	۰/۳۶ ^{††}	پیرسون	انسجام اجتماعی
متوسط	۰/۰۰۰	۰/۳۲ ^{††}	پیرسون	مشارکت اجتماعی
متوسط	۰/۰۰۰	۰/۴۴ ^{††}	پیرسون	اعتماد
بالا	۰/۰۰۰	۰/۵۵ ^{††}	پیرسون	آگاهی
بالا	۰/۰۰۰	۰/۵۸ ^{††}	پیرسون	سرمایه اجتماعی
خیلی بالا	۰/۰۰۰	۰/۷۳ ^{††}	پیرسون	ویژگی‌های نوآوری
متوسط	۰/۰۰۰	۰/۴۸ ^{††}	پیرسون	میزان استفاده از نوآوری

تحلیل رگرسیون چندگانه

از تحلیل رگرسیون چندگانه برای مشخص نمودن متغیرهایی که دیدگاه توتونکاران را نسبت به عوامل موثر در فرآیند پذیرش نوآوری‌ها تبیین می‌نمایند، استفاده شد. پس از ورود متغیرهای سطح سواد توتونکاران، سرمایه اجتماعی، ویژگی‌های نوآوری و میزان استفاده از نوآوری در معادله رگرسیونی و محاسبه معنی‌دار بودن هر متغیر با استفاده از روش گام به گام نتایج زیر به دست آمد. متغیرهای ویژگی‌های نوآوری، سرمایه اجتماعی و میزان استفاده از نوآوری اثر مستقیمی در دیدگاه توتونکاران نسبت به عوامل موثر در فرآیند پذیرش نوآوری‌ها دارند. در مجموع این سه متغیر ضرایب رگرسیونی تفکیکی استاندارد شده بالاتری داشته‌اند و تبیین کننده ۶۶/۶ درصد دیدگاه توتونکاران نسبت به عوامل موثر در فرآیند پذیرش نوآوری‌ها می‌باشند (جدول ۱۱).

^{۲۰} برای توصیف میزان همبستگی بین متغیرها از الگوی دیویس (Davis, ۱۹۷۱) استفاده شده است که بر اساس این الگو ضرایب همبستگی $0.01 - 0.09 =$ جزئی، $0.10 - 0.29 =$ پائین، $0.30 - 0.49 =$ متوسط، $0.50 - 0.69 =$ بالا، $0.70 - 0.99 =$ خیلی بالا و $1 =$ کامل توصیف می‌شوند



جدول شماره ۱۱- یافته های حاصل از تحلیل رگرسیون چندگانه برای تعیین متغیرهای مستقل در تبیین عوامل موثر در فرآیند پذیرش نوآوری ها

متغیر	B	Beta	T	sig
عدد ثابت	-۲۵/۰۷۱	-	-۲/۹۷۰	۰/۰۰۳
ویژگی های نوآوری (X_1)	۱/۱۹۵	۰/۵۵۷	۱۱/۷۲۶	۰/۰۰۰
سرمایه اجتماعی (X_2)	۰/۲۹۵	۰/۲۴۹	۴/۸۲۸	۰/۰۰۰
میزان استفاده از نوآوری (X_3)	۰/۹۷۶	۰/۲۱۱	۴/۴۰۸	۰/۰۰۰

$R^2=۰/۶۶۶$ $R=۰/۸۱۶$
 $F=۱۲۶/۸۳$ $Sig=۰/۰۰۰$

با توجه به نتایج مندرج در جدول ۱۰ معادله رگرسیون در این قسمت برابر است با:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

$$Y = -۲۵/۰۷۱ + ۱/۹۵ X_1 + ۰/۲۹۵ X_2 + ۰/۹۷۶ X_3$$

نتیجه گیری و پیشنهادها

سرمایه اجتماعی مفهومی اساسی و بنیادی در درک نوآوری، خلاقیت و پویایی های سازمانی بشمار می آید، چرا که فرآیند نوآوری، خلاقیت، یادگیری تیمی و غیره را تحت تاثیر قرار داده و آنها را تسهیل می کند (گویال و آکیلش، ۲۰۰۷)، به طوری که می توان گفت وجود مولفه های سرمایه اجتماعی در میان کشاورزان، باعث افزایش کارایی ترویج کشاورز به کشاور می شود و انتقال اطلاعات، همکاری و هماهنگی آن ها را تسهیل و تشدید می کند. لذا تغییر در آهنگ این مشخصه است که در نهایت منجر به اقدام جمعی و مشارکت کشاورزان برای پذیرش تکنولوژی های کشاورزی می شود (احمدی فیروزجایی و همکاران، ۱۳۸۵) و نقش مهمی در پیشرفت و توسعه نوآوری بازی می کند. تجارب پذیرش و موارد مشابه دیگری می توانند فرآیند پذیرش و نشر ایده های جدید را تسهیل نمایند که بیشتر این عوامل جزء مولفه های سرمایه اجتماعی هستند (منبع پیشین). بنابراین سرمایه اجتماعی یکی از مهم ترین الزامات و ضرورت ها در فرآیند پذیرش نوآوری ها می باشد. از آنجائیکه در بخش کشاورزی ایران، توتون جایگاه ویژه ای در اشتغال زایی، صادرات و به طور کلی در اقتصاد کشور دارد و استان مازندران با بیش از هزار و ۵۰۰ هکتار سطح زیرکشت، رتبه دوم را در کشور داشته است؛ لذا تحقیق حاضر با هدف " نقش سرمایه اجتماعی بر فرآیند پذیرش نوآوری ها از دیدگاه توتون کاران استان مازندران " انجام گرفته است. بر اساس نتایج همبستگی بین سطح سواد توتونکاران، تعاملات اجتماعی، انسجام اجتماعی، مشارکت اجتماعی، اعتماد، آگاهی، ویژگی های نوآوری و میزان استفاده از نوآوری و بطور کلی سرمایه اجتماعی با فرآیند پذیرش نوآوری ها در سطح ۹۹ درصد رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. همچنین بین سن، سابقه کشت توتون و درآمد توتونکاران با فرآیند پذیرش نوآوری ها رابطه معناداری مشاهده نشده است. تحقیقات ویسی و صدیقی (۱۳۹۱)، علی بیگی و جعفری نیا (۱۳۹۱)، موحد محمدی و همکاران (۱۳۹۱)، شریفی و حسینی (۱۳۸۸)، ازکیا و فیروزآبادی (۱۳۸۷)، احمدی فیروزجایی (۱۳۸۶) و آلفیوزایی و فیلیری (۲۰۱۰) یافته های فوق را تأیید می کند و با توجه به تحلیل رگرسیون مشخص شد که متغیرهای ویژگی های نوآوری نشر نوآوری نشان می دهد که عواملی از جمله میزان اعتماد روستاییان به مروجین، میزان مشارکت پذیری روستاییان، میزان انسجام اجتماعی روستاییان و (X_1)، سرمایه اجتماعی (X_2) و میزان استفاده از نوآوری (X_3) در مجموع توانستند ۶۶/۶ درصد از تغییرات دیدگاه توتونکاران نسبت به عوامل موثر در فرآیند پذیرش نوآوری ها پیش بینی کنند. تحقیقات ویسی و صدیقی (۱۳۹۱)، علی بیگی و جعفری نیا (۱۳۹۱) و کریمی (۱۳۹۰) یافته های فوق را تأیید می کند.

از تعمق در پژوهش انجام شده و به ویژه در بازنگری نتایج تحلیلی آن می توان موارد زیر را در خصوص عوامل زیربنایی، ترویجی، آموزشی، اجتماعی و غیره برای بهبود بخشیدن به فرآیند پذیرش نوآوری ها در زمینه کشت توتون با استفاده از سرمایه اجتماعی ارایه داد. این پیشنهادها عبارتند از:



- از آنجائیکه اکثر توتونکاران مورد مطالعه بی سواد بودند و با توجه به نتایج همبستگی و ارتباط پذیرش نوآوری و سطح سواد می توان نتیجه گرفت که سوادآموزی و بالابردن اطلاعات و آگاهی توتونکاران از عواملی است که در نوپذیری آنها مؤثر است لذا سرمایه گذاری در آموزش کشاورزان و اطلاع رسانی به آنها ثمربخش خواهد بود؛ بنابراین توصیه می گردد همکاری بخش آموزش بهره برداران اداره دخانیات و وزارت جهاد کشاورزی با نهضت سوادآموزی برای افزایش سطح تحصیلات توتونکاران توسعه یابد.
- با توجه به اینکه بین سن، سابقه کشت توتون و درآمد توتونکاران با فرآیند پذیرش نوآوری ها رابطه معناداری مشاهده نشده است. بنابراین در این زمینه می توان تمامی توتونکاران را در نظر و برنامه های آموزشی در زمینه نوآوری ها در حیطه کشت توتون را اجرا کرد.
- با توجه به اینکه مشارکت اجتماعی به عنوان یکی از مولفه های سرمایه اجتماعی می باشد بطوریکه با افزایش آن، سرمایه اجتماعی نیز افزایش می یابد و از آنجائیکه در این تحقیق مشارکت اجتماعی توتونکاران در حد متوسط قرار دارد، پیشنهاد می گردد رویکردهای مشارکت محور و افزایش مشارکت اجتماعی در بین توتونکاران به عنوان روشی برای ارتقای سرمایه اجتماعی، مورد حمایت واقع شوند. استفاده از شوراهای روستا به عنوان ابزاری برای افزایش مشارکت و انسجام اجتماعی توتونکاران همچنین تشکیل پارلمان کودکان و نوجوانان می توانند در تقویت فعالیت های جمعی و مشارکتی مؤثر باشند.
- با توجه به تبیین بیشترین واریانس عوامل مؤثر بر فرآیند پذیرش نوآوری ها به واسطه ویژگی های نوآوری، پیشنهادات زیر توصیه می شود:
 - با توجه به اینکه میزان استفاده از دستگاه نشا کن و دوخت بارلی در اولویت پابینی قرار گرفته اند در نتیجه پیشنهاد می گردد که به منظور نشر و توسعه این نوآوری ها، همزمان با افزایش آگاهی روستائیان از ویژگی ها و مزایای استفاده از آنها، کمک های مالی لازم از طریق دولت برای خریداری و کاربرد این نوآوری ها ارائه شود.
 - گسترش کلاس های آموزشی به صورت عملی و همچنین ایجاد مزارع نمایش طریقه ای و نتیجه ای توصیه می گردد که از این طریق درجه ملموس و محسوس بودن مزایای نوآوری ها برای توتونکاران و خانواده های آنها افزایش می یابد؛ همچنین از نوآوران به عنوان مدرسان میهمان یک یا چند بار دعوت شود تا نوآوری هایشان را ارائه کنند.
- تکاملاتی که در تئوری های نوآوری رخ داده است نشان می دهد که نوآوری از ترکیب اشکال ملموس سرمایه همراه با اشکال غیرملموس سرمایه که از طریق تعاملات پایدار و نامنظمی که بین مجموعه متنوعی از بازیگران رخ می دهد منتج می شود. هر چه میزان سرمایه اجتماعی افزایش یابد به دلیل افزایش اعتماد و روحیه تسهیم اطلاعات در میان افراد، نوآوری نیز افزایش می یابد در مقابل عدم اعتماد بازدارنده نوآوریست؛ بنابراین باید از سوی مسئولین و کارشناسان اداره دخانیات و مروجین تمهیدات لازم در این زمینه اندیشیده شود و در برنامه ریزی های خود این موضوع را مد نظر قرار دهند چرا که در صورت سلب اعتماد توتونکاران، در یک فضای بی اعتمادی، هم سازمان ها و هم روستائیان متضرر می شوند و خسارت خواهند دید.
- با توجه به نتایج تحقیق و تاثیر پیچیدگی استفاده از نوآوری ها در فرآیند پذیرش آن نوآوری توصیه می گردد که نوآوری ارائه شده به توتونکاران باید تا حد ممکن از سوی مروجین و اداره دخانیات ساده سازی شود. توتونکارانی که نوآوری را به عنوان یک امر پیچیده تلقی می کنند رغبتی در نزدیک شدن به نوآوری ندارند. ساده سازی نوآوری باعث تسهیل در پذیرش آن می شود.
- برنامه ریزی بلندمدت و جامعی برای حضور و تماس مستمر مروجین و کارشناسان اداره دخانیات با توتونکاران در مرکز یا در واحدهای تولید برای نظارت مداوم بر نحوه کارکرد توتونکاران در بکارگیری نوآوری ها در زمینه کشت توتون صورت پذیرد.



منابع

- احمدی فیروزجایی، ع.، (۱۳۸۶). مقایسه مؤلفه های سرمایه اجتماعی کشاورزان عضو و غیرعضو تعاونی های تولید روستای. فصلنامه علمی-پژوهشی رفاه اجتماعی، سال ششم، شماره ۲۳.
- احمدی فیروزجایی، ع و همکاران (۱۳۸۵). مقایسه مؤلفه های سرمایه اجتماعی کشاورزان عضو و غیرعضو تعاونی های تولید روستایی. فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال ششم، شماره ۲۳. صص ۹۳-۱۱۱.
- ازکیا، م. و فیروزآبادی، س.ا.، (۱۳۸۷). بررسی سرمایه اجتماعی در انواع نظام های بهره برداری از زمین و عوامل مؤثر بر تبدیل بهره برداری دهقانی به تعاونی. فصلنامه علوم اجتماعی. شماره ۳۳، بهار ۱۳۸۷، صص ۷۷-۹۸.
- ازکیا، م.، نوابخش، م.، ایمانی، ع.، (۱۳۸۸). عوامل مؤثر بر نشر فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی در جامعه روستایی (مطالعه تجربی: روستای قرن آباد). مجله جهانی رسانه. بهار و تابستان ۱۳۸۸. شماره ۷.
- پایدارفر، ع.ا.، (۱۳۷۶). فرایند انتقال و پذیرش نوآوری، نشریه جامعه شناسی ایران، شماره ۲، صص ۱۹۹-۲۱۳.
- سعادت، ر.، (۱۳۸۵). تخمین سطح و توزیع سرمایه اجتماعی استان ها. فصلنامه رفاه اجتماعی. سال ششم، شماره ۲۳. صص ۱۹۵-۱۷۳.
- شریفی، م.ا. و حسینی، م.، (۱۳۸۸). عوامل مؤثر بر پذیرش بیمه اجتماعی در میان کشاورزان: مطالعه موردی شهرستان های قروه و دهگلان، استان کردستان، فصلنامه روستا و توسعه، شماره ۲.
- علی بیگی، ا.ح. و جعفری نیا، م.، (۱۳۹۱). تاثیر تعاونی های تولیدی بر میزان سرمایه اجتماعی: مطالعه تعاونی های بخش طیور شهرستان کرمانشاه، مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، دوره ۴۲-۴۳، شماره ۳، صص ۴۶۱-۴۷۲.
- فولادیان، ا.، (۱۳۸۸). بررسی میزان سرمایه ی اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی مشهد. فصلنامه تخصصی فقه و تاریخ تمدن، سال ششم، شماره بیست و یکم، پاییز ۱۳۸۸.
- قاسمی، و. و همکاران (۱۳۸۵). سطح بندی سرمایه اجتماعی در شهرستان های استان اصفهان، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، شماره ۲۳، صص ۲۲۵-۲۴۸.
- کریمی، ف.، (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و میزان پذیرش نوآوری های کشاورزی از دیدگاه کشاورزان شهرستان قروه. پایان نامه کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی. دانشگاه تربیت مدرس دانشکده کشاورزی.
- لشگرآرا، ف. و حسینی، س.م.، (۱۳۸۴). نقش رهیافت های تلفیقی مدارس مزرعه کشاورز و ترویج نوآوری های کشاورز در اشاعه نوآوری ها در بستر توسعه پایدار کشاورزی، روستا و توسعه، شماره ۳، دوره ۸، صص ۱۰۵-۱۳۴.
- ملک محمدی، ا.، (۱۳۸۶). ترویج و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی. جلد اول، ناشر: مرکز نشر دانشگاهی، ویرایش دوم، چاپ سوم.
- موحد محمدی، ح.، شیرینی، ن.، عربی، ر.، کرمی، ر.، (۱۳۹۱). تحلیل میزان اثرگذاری مولفه های سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی کارکنان سازمان جهاد کشاورزی شهرستان دره شهر، مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی، دوره ۴۲-۴۳، شماره ۱، صص ۱۱۳-۱۲۳.
- ویسی، ک. و صدیقی، ح.، (۱۳۹۱). تاثیر مولفه های سرمایه اجتماعی بر رفتار کارآفرینی توت فرنگی کاران استان کردستان، شهرستان سروآباد، مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، دوره ۴۲-۴۳، شماره ۱، صص ۹۱-۹۷.

Akhtar mohagheghi, M. (۲۰۰۷). "Social capital, Tehran Publishing", PP ۳۳-۳۴.

Alguezaui, S., and Filieri, R. (۲۰۱۰). Investigating the role of social capital in innovation: Sparse versus dense network. Journal of Knowledge Management, ۱۴(۶), PP. ۸۹۱-۹۰۹.



- Beugelsdijk, S. and Schaik, T. (۲۰۰۵), Differences in Social Capital Between ۵۴ Western European Regions. *Regional Studies*, ۳۹.
- Cochran, W.G. (۱۹۷۷). *Sampling techniques*. New York :Wiley.
- Edwards RJA. (۲۰۱۰). *Multilevel study of leadership, change oriented staff, and propensity for innovation adoption*. Texas: Christian University; ۲۰۱۰.
- Fukuyama, F., (۲۰۰۱), *Social Capital and Civil Society*, IMF Working Paper Wp/۰۰/۷۴, April.
- Glaeser, E., Laibson, D. and B. Sacerdote. (۲۰۰۰) *The Economic Approach to Social Capital*, NBER Working Paper No. ۷۷۲۸ (Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research).
- Goudarzi, S., (۲۰۱۳). Measurement of social capital in Hamadan province of Iran. *International Research Journal of Applied and Basic*. ISSN ۲۲۵۱-۸۳۸X / Vol, ۶(۱۰):۱۴۱۰-۱۴۱۴.
- Goyal, A. and Akhilesh, K. B., (۲۰۰۷). Interplay among innovativeness, cognitive intelligence, emotional intelligence and social capital of work teams. *Team Performance Management*, ۱۳(۷/۸), pp.۲۰۶-۲۲۶.
- Harper, R. and Kelly, M., (۲۰۰۳). *Measuring Social Capital in the United Kingdom*, Office for National Statistics, December ۲۰۰۳, Available online: <http://www.Statistics.gov.uk/socialcapital>.
- Harper, R. (۲۰۰۱), *Social Capital: A Review of The Literature*, Office for National Statistics, UK.
- Krishna, A., and Shrader, E. (۲۰۰۰). Cross-cultural measures of social capital: A tool and results from India and Panama. *The World Bank Social Capital Initiative Working Paper*, No. ۲۱.
- Michellini, J. J., (۲۰۱۳). Small farmers and social capital in development projects: Lessons from failures in Argentina's rural periphery. *Journal of Rural Studies*, Vol. ۳۰, PP. ۹۹-۱۰۹.
- Nahapiet, J. and Ghoshal, S. (۱۹۹۵) "social capital, intellectual Tal and the organizational advantage." *Academy of Management Review*, vol. ۲۳, No. ۲۰. Offe C, Fuchs S. (۲۰۰۲). *A decline of social capital? The german case*. Published in putnam robert, D (۲۰۰۲). *Democracy in flux: The evolution of social capital in contemporary society*. New york. Oxford university. P ۲۰۱-۲۲۸.
- Seddighbannay, H. (۲۰۰۹). "Mass media and social capital" . *Aftab Magazine*, ۳۴(۳), PP. ۲۲-۲۵.
- Wills-Herrera E, Orozco LE, Forero-Pineda C, Pardo O, Andonova V (۲۰۱۱) The relationship between perceptions of insecurity, social capital and subjective well-being: Empirical evidences from areas of rural conflict in Colombia. *The Journal of Socio-Economics* ۴۰: ۸۸-۹۶