

بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در تعاونی های تولید روستایی شهرستان اصفهان

احمد تقدیسی^۱

استادیار دانشکده ی جغرافیا، گروه برنامه ریزی روستایی دانشگاه اصفهان

علیرضا جمشیدی

دانش آموخته ی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه اصفهان و مدرس دانشگاه ارومیه

مریم نجفی

دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه اصفهان

چکیده

هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی عوامل مؤثر بر تقویت و توسعه کارآفرینی در تعاونی های تولیدی روستایی شهرستان اصفهان می باشد. برای رسیدن به این هدف از روش تحقیق توصیفی - همبستگی استفاده شد. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه اعضای هیئت مدیره و مدیران عامل شرکت های تعاونی تولید روستایی بود (۷۵ نفر عضو ۱۵ شرکت تعاونی تولید روستایی) که با استفاده از روش تمام شمار نمونه های مورد مطالعه انتخاب گردیدند. ابزار تحقیق، پرسشنامه ای بود که روایی آن بر اساس نظر گروهی از متخصصان تأیید گردید و برای تعیین میزان پایایی مقیاس اصلی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید ($A = 0/872$). داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS و LISREL نسخه ۸/۵ تجزیه و تحلیل شدند. نتایج نشان داد، متوسط نمره کل کارآفرینی جامعه مورد مطالعه معادل ۲/۵۸۵ به دست آمد که بیشتر افراد (۶۲/۸ درصد) در طبقه خیلی ضعیف و ضعیف قرار داشتند. همچنین، بر اساس نتایج حاصل از آزمون T تک نمونه ای، میزان توسعه کارآفرینی در تعاونی های تولید روستایی منطقه مورد مطالعه، با احتمال ۹۵ درصد معنی داری، در حد پایین تر از حد متوسط ارزیابی شد. همچنین به منظور شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در شرکت های تعاونی تولید روستایی و برای بررسی شاخص برآزش نیکویی مدل تحقیق از تحلیل عاملی تأییدی و مدل معادله های ساختاری استفاده شد. نتایج نشان داد که عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در شرکت های تعاونی تولید روستایی از هفت عامل مجزای اقتصادی، اجتماعی، مدیریتی، بازاریابی، آموزش، روان شناختی و عامل فرهنگی تشکیل می شوند.

واژه های کلیدی: شرکت های تعاونی تولید کشاورزی، عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی، کارآفرینی، مدل معادله های ساختاری.

۱- نویسنده مسئول مکاتبات، A.TAGHDISI@GEO.UI.AC.IR

مقدمه

در قرن جدید آهنگ رشد تغییرات نسبت به قرن های پیشین، از رشد چشمگیری برخوردار است. این تغییرات در پاسخ به نیازهای روزافزون جوامع بشری است. نیازهای جوامع بشری با توجه به جدید بودن و تنوع آنها به سرعت در حال تغییر و تحول اند و کشورها برای همگام شدن با این تغییر و تحولات باید شرایطی فراهم کنند تا افراد روحیه ی کارآفرینی به دست آورند. به همین دلیل کارآفرینی به عنوان عامل کلیدی رشد و توسعه ی اقتصادی در عصر مدرن شناخته شده و موجب بهره مندی مردم و کشور می شود. از این رو، توسعه ی کارآفرینی مقوله ی مهمی است که کشور های پیشرفته در فرایند توسعه ی اقتصادی- اجتماعی نسبت به آن توجه جدی مبذول داشته اند و توسعه ی کارآفرینی را در اولویت برنامه های توسعه ی خود قرار داده اند (کردنایچ، ۱۳۸۶). کارآفرینی نیرومحرکه ی اصلی در توسعه اقتصادی و از مشخصه های یک اقتصاد سالم است. در واقع کارآفرینی مؤثرترین روش برقراری ارتباط بین علم و بازار است. کارآفرینی موجب شناسایی فرصت ها، تهدیدها و نقاط قوت و ضعف محیط های فعالیت از جمله کشاورزی با روش شناسی و سیاست گزینی خاص و جدید برای تحول و دگرگونی در کشاورزی است. این تحول با ارائه ی تفکر، روش و تدبیری نو برای حل مشکلات گذشته و کنونی همراه است که به بهبود وضع اقتصادی روستائیان و کشاورزان منجر خواهد شد (بابایی فینی، ۱۳۹۲). با ایجاد و ارتقای تعاونی ها در مناطق روستایی می توان در راستای توسعه و گسترش محصولات نوآورانه و کسب و کار جدید در روستاها و پیشبرد برنامه های توسعه ی روستایی اقدام نمود. با توجه به ظرفیت ها و پتانسیل های توسعه ی بخش تعاون و لزوم بهره گیری از ساز و کارهای مناسب برای توسعه از یک سو و کارایی و اثربخشی کارآفرینی بسان یک راهبرد توسعه ای از دیگر سو، تلفیق راهبرد توسعه ی کارآفرینی در بخش تعاونی یا هم افزایی نهضت تعاونی با راهبرد توسعه ی کارآفرینی، ساز و کار راهبردی مناسبی برای توسعه ی بخش تعاون کشور بر پایه ی کارآفرینی به نظر می رسد (گودرزی و دیگران، ۱۳۹۲). تعاونی های موردبررسی در پژوهش حاضر تعاونی های تولید روستایی (کشاورزی) بوده که به عنوان یکی از نظام های بهره برداری متناسب با وضعیت تولید کشاورزی در ایران امروز می باشند که هدف از تشکیل آنها بهره برداری مطلوب و کارا از زمین های کشاورزی بوده است. چراکه امروزه با توجه به بالا رفتن جمعیت، خرد شدن زمین های کشاورزی در اثر ارث، محدودیت منابع و امکانات از طرفی و استفاده ی مطلوب و بهینه از زمین های کشاورزی در شکل نظام بهره برداری یکپارچه و هماهنگ از طرف دیگر، تعاونی های تولید روستایی را طلب می کند. این قبیل تعاونی ها در صورت عملکرد مطلوب می توانند با تشکل کشاورزان و سازماندهی آنها زمینه را برای توسعه ی کشاورزی و یا در شکل کلی تر آن توسعه ی روستایی فراهم سازند (صفری شالی، ۱۳۸۱). در تعاونی های تولید، یکپارچگی اراضی، انگیزه و مالکیت فردی حفظ شده و

مطابق با سنت های اجتماعی و فرهنگی رایج در کشاورزی ایران، سامان می یابند و سازگاری بین منافع فردی و جمعی از طریق اعطای آزادی عمل به کشاورز در سطح مزرعه و تقویت روح همیاری و تعاون او در همراهی و همکاری با دیگران در سازمان تعاونی پدید می آید. ضمن کاهش تنش ها در بین روستائیان، امکان دستیابی به اعتبارات و تأمین نهاده ها، استفاده ی مشترک و بهینه از ماشین آلات و به کارگیری روش ها و فنون نوین در جهت افزایش بهره وری و کاهش هزینه های تولید، افزایش درآمد و سرمایه گذاری ها را فراهم می سازند (فعلی، ۱۳۸۸). تعاونی های کارآفرین را می توان به مثابه ی یکی از ابزارها و راه کارهای اساسی در افزایش و گسترش فرصت های اشتغال، افزایش سطح درآمد کشاورزان، ارتقای سطح بهره وری مزرعه و سرعت بخشی به روند توسعه ی کشاورزی به شمار آورد. تعاونی جایگاه مطلوبی است که می تواند روحیه ی کارآفرینی را در افراد تقویت نموده و در شکوفایی ویژگی های مثبت آنان نقش شایان توجهی داشته باشد (خسروی پور و دیگران، ۱۳۹۰).

سه مفهوم تفکر خلاق، بهره برداری از منابع به طریق سازمان یافته و ظرفیت مخاطره پذیری در تمامی تعاریف کارآفرینی به چشم می خورد. کارآفرینان تلاش می کنند که به منابع مالی، اجتماعی و انسانی از طریق بهره گیری کارا از فرصت هایی که ممکن است با مخاطره هایی نیز همراه باشد، دست یابند. تلاش برای ایجاد و تقویت کارآفرینی در مناطق روستایی از طریق فراهم نمودن زیرساخت های موردنیاز بیشترین اهمیت را دارد (Baniasadi et al, ۲۰۱۳). کارآفرینی به فعالیت ها و کارهایی اطلاق می شود که غیرمعمول باشد و کارآفرین فردی است که انجام امور جدید را امتحان می کند، ایجاد ترکیبات جدید، کشف بازارهای جدید و ... به طور خلاصه کارآفرین نوآوری را به ارمغان می آورد. نوآوری در روستاها نیازمند تحقیقات علمی و مدیریتی بسیار سخت و پیچیده نمی باشد بلکه نیازمند پیش بینی و ایجاد فرصت کسب و کار با کیفیتی نوآورانه قبل از دیگران است (Makombe, ۲۰۰۹). کارآفرین روستایی به فردی اطلاق می شود که خوداتکا، مخاطره پذیر، خوش بین، سخت کوش، دارای اعتمادبه نفس و نوآور باشد. کارآفرینی در روستا بر ایجاد فرصت های جدید شغلی متکی است. همچنین کارآفرینی روستایی از طریق ایجاد یک سازمان جدید که محصول جدیدی را معرفی می کند، ایجاد و فراهم نمودن بازار جدید و یا مورد استفاده قرار دادن تکنولوژی جدید در محیط روستایی قابل تشخیص خواهد بود (Petridou, ۲۰۰۴). برخی از اندیشمندان چهار دسته عوامل را در ظهور کارآفرینی حائز اهمیت می دانند:

- عوامل اقتصادی مانند؛ مزایای بازار و فراهم بودن سرمایه
- عوامل اجتماعی و فرهنگی مانند؛ مقبولیت کارآفرینی
از لحاظ فرهنگی، حرکات اجتماعی، امنیت و عواملی نظیر طبقات اجتماعی، قدرت و کنترل، تجربه ی کاری، نقش سرمشق، شرایط زندگی کودکی، ویژگی های مرتبط با سابقه ی فرد، سن و جایگاه مورد انتظار.

- عوامل روان شناختی مانند؛ استقلال، نیاز به موفقیت، مرکز کنترل درونی، تحمل ابهام، خود اتکایی، حل خلاق مسائل و تفکر خلاق، انگیزه ها و مخاطره پذیری.

- ترکیب عوامل تولید برای ایجاد تغییر در تولید محصولات و خدمات (رضوانی، ۱۳۸۷).

گرایش کارآفرینی متأثر از متغیرهای درون و برون سازمانی می باشد. متغیرهای درون سازمانی شامل ساختار سازمانی به عنوان تسهیل کننده ارتباطات درون سازمانی، سبک رهبری به جهت این که پیام کارآفرینی از لایه های بالای سازمان به پایین جاری است و فرهنگ سازمانی که متغیری کلیدی در شکل گیری گرایش کارآفرینی محسوب می شود، می باشند. از طرف دیگر پویایی های محیطی، عوامل سیاست گذاری، شبکه های بیرونی و عوامل اجتماعی از جمله متغیرهای اساسی بیرونی در شکل گیری گرایش کارآفرینی محسوب می شوند (پیش بین و دیگران، ۱۳۹۱).

رضوانی و نجار زاده (۱۳۸۷) به بررسی و تحلیل زمینه های کارآفرینی روستاییان در دهستان برآن جنوبی شهرستان اصفهان پرداختند و برای سنجش میزان آشنایی روستاییان با زمینه های کارآفرینی از ۶ شاخص زمینه های فردی کارآفرینی، زمینه های زیرساختی کارآفرینی، مهارت های کارآفرینی، مهارت های کسب و کار، ایجاد کسب و کارهای کوچک و نیز منابع کسب ایده استفاده کردند و نتایج نشان داد که ۲/۳۳ درصد آشنایی خیلی زیاد، ۱۸/۷۶ درصد آشنایی زیاد، ۲۳/۵۶ درصد آشنایی کم و ۵۵/۳۵ درصد آشنایی بسیار کم با زمینه ها و مهارت های کارآفرینی دارند. آمدی و همکاران (۱۳۸۸) در پژوهشی که بر روی تعاونی های کشاورزی تهران انجام دادند به این نتیجه دست یافتند که به ترتیب وجود ویژگی های کارآفرینانه در اعضا، میزان شرکت در دوره های آموزشی، رضایت از فعالیت های انجام گرفته در تعاونی، انجام فعالیت ها به صورت گروهی در تعاونی، ارائه ی خدمات در تعاونی و عوامل اقتصادی در تعاونی نقش مثبتی بر ترویج کارآفرینی داشته اند. آقاجانی و گنجه (۱۳۸۹) که به تبیین نقش ویژگی های روان شناختی کارآفرینان پرداختند شش ویژگی روان شناختی مؤثر در کارآفرینی را به ترتیب: استقلال در کار، خلاقیت و نوآوری، خطر پذیری، اراده و پشتکار، کنترل درونی و نیز روحیه ی یادگیری برشمردند. دنیائی و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهشی که به منظور بررسی عوامل مؤثر بر تقویت و توسعه ی کارآفرینی در تعاونی های تولید کشاورزی استان زنجان انجام دادند، دریافتند که ارائه ی حمایت های مالی و مالیاتی، اصلاح قوانین و مقررات بانکی و سازگار نمودن آن با شرایط کارآفرینان و تدوین سند ملی توسعه ی کارآفرینی مهم ترین عوامل در تقویت کارآفرینی در تعاونی های نام برده به شمار می آیند. همچنین نتایج تحقیق حاکی از این بود که بین نمره ی کارآفرینی مدیران تعاونی و تحصیلات هیئت مدیره و همچنین بین نمره ی کارآفرینی و موفقیت تعاونی ها و تعداد کل اعضای تعاونی ارتباط معنی داری وجود دارد. خسروی پور و همکاران (۱۳۹۰) در بررسی ویژگی های تعاونی

های کشاورزی کارآفرین در شهرستان اهواز به این نتیجه رسیدند که از میان مهم ترین اولویت های ویژگی های تعاونی کشاورزی کارآفرین، عامل داشتن حق مشارکت بالای اعضا در تصمیم گیری برای تعاونی بالاترین میزان اهمیت را دارا می باشد. همچنین بهره گیری از فرصت های نو برای کسب درآمد بیش تر، مهم ترین ضرورت کارآفرین شدن تعاونی های کشاورزی از دیدگاه مدیران و اعضای هیئت مدیره این تعاونی ها بوده است. پیش بین و همکاران (۱۳۹۱) پنج عامل مؤثر بر گرایش کارآفرینی در تعاونی های دامپروری ایران را رقابت پذیری، استقلال، ریسک پذیری، نوآوری گرایي و نیز موفقیت طلبی دانسته اند. همچنین دریافتند که عوامل اجتماعی، اقتصادی و سیاستی بیش ترین اثر علی را بر گرایش کارآفرینی در تعاونی های دامپروری کشور داشته اند.

Saadi (۲۰۰۹) در پژوهشی که به منظور بررسی چالش های تعاونی های تولید کشاورزی درزمینه ی کارآفرینی و استخدام در استان همدان انجام داد، به این نتیجه رسید که مهم ترین مشکلات کارآفرینی تعاونی های تولید کشاورزی در استان همدان به ترتیب عبارت اند از: ضعف فرهنگ کارآفرینی، ضعف آموزش کارآفرینی، کمبود سرمایه برای سرمایه گذاری، فقدان انگیزه ی پیشرفت در مناطق روستایی، کمبود حمایت های دولتی، وابستگی به دولت مرکزی و نیز عدم اعتماد به مدیرعامل و هیئت مدیره.

Ghiasvand Ghiasy et al (۲۰۰۹) در پژوهشی که بر روی شش استان زنجان، سیستان و بلوچستان، قزوین، فارس، چهارمحال، کرمانشاه در خصوص عوامل مؤثر بر توسعه ی کارآفرینی در تعاونی های کشاورزی انجام دادند، بر مبنای نظر مدیران آن ها، عوامل نام برده را در هشت گروه روان شناختی، آموزشی، اقتصادی، سازمانی، مالی، ویژگی های فردی، قانونی، اجتماعی شناسایی نمودند. Hosseini & McElwee (۲۰۱۱) در بررسی که در مورد زنان کارآفرین روستایی در استان های گیلان، مازندران و گلستان انجام دادند دریافتند که ۶۷ درصد بهبود فعالیت های کارآفرینی آن ها توسط عوامل آموزشی، انگیزشی، اقتصادی و روان شناختی قابل تبیین است. Baniasadi et al (۲۰۱۳) در پژوهشی که در مورد توسعه ی کارآفرینی روستایی انجام دادند، دریافتند که حدود ۴۲ درصد کارآفرینان روستایی در سنین بین ۲۰ تا ۳۰ می باشند. همچنین نتایج پژوهش حاکی از آن بود که بیش از ۵۵ درصد کارآفرینان روستایی تحصیلات دانشگاهی نداشته اند و می توان گفت تحصیلات دانشگاهی جهت آموزش کارآفرینان امری ضروری نیست. همچنین نتایج حاکی از این است که چهار عامل تعیین کننده ی کارآفرینی به ترتیب اهمیت عبارت اند از: ویژگی های روان شناختی، ویژگی های فردی، عوامل زیرساختی و نیز عوامل مشارکتی. Tavasoli et al (۲۰۱۳) در تحقیقی که بر روی تعاونی های تولید کشاورزی در شهرستان آمل انجام دادند به این نتیجه دست یافتند که ۳۰/۴ درصد واریانس تقویت روحیه ی کارآفرینی در تعاونی های تولید کشاورزی توسط متغیرهای اقتصادی،

های تولید تأثیرگذار است، میزان توسعه کارآفرینی در این تحقیق با استفاده از چهار بعد اصلی نوگرایی، مواجهه با تغییر، ریسک‌پذیری و رقابت‌پذیری سنجیده می‌شود.

اهداف تحقیق

هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی عوامل مؤثر بر تقویت و توسعه کارآفرینی در تعاونی های تولیدی روستایی شهرستان اصفهان می باشد. همچنین اهداف اختصاصی پژوهش حاضر عبارت‌اند از:

- بررسی ویژگی های فردی اعضای هیئت مدیره و مدیران عامل تعاونی های تولید روستایی شهرستان اصفهان
- بررسی تجربه ی کارآفرینی و آشنایی با اصول کارآفرینی در میان اعضای هیئت مدیره و مدیران عامل تعاونی های تولید روستایی شهرستان اصفهان
- بررسی میزان توسعه ی کارآفرینی در تعاونی های تولید روستایی شهرستان اصفهان
- شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در تعاونی های تولید روستایی شهرستان اصفهان

روش پژوهش

تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از لحاظ میزان و درجه ی کنترل، میدانی و از لحاظ نحوه ی جمع‌آوری اطلاعات نیز از نوع تحقیقات توصیفی و غیرتجربی (غیرآزمایشی) می باشد، در این تحقیق از روش تحقیق توصیفی و همبستگی برای دستیابی به اهداف بهره گرفته شده است. در این پژوهش هیأت مدیره و مدیرعامل تعاونی های فعال تولید روستایی شهرستان اصفهان که حداقل دو سال سابقه کار دارند به‌عنوان جامعه آماری انتخاب شدند. بر اساس آمار و اطلاعات موجود این جامعه شامل حدود ۷۵ نفر در تعداد ۱۵ شرکت تعاونی تولید روستایی می باشند. حجم نمونه با استفاده از شیوه تمام شمار (سرشماری) شناسایی و پرسش نامه های تحقیق در اختیار این گروه از هیأت مدیره و مدیرعامل تعاونی های فعال تولید روستایی منطقه‌ی مورد مطالعه، برای جمع‌آوری اطلاعات قرار گرفت. اطلاعات موردنیاز این پژوهش از روش های کتابخانه ای یا اسنادی و میدانی حاصل شده است. در این پژوهش، برای گردآوری اطلاعات میدانی از روش ترکیبی (مصاحبه و پرسشنامه) بهره جسته شده و پرسشنامه محقق ساخته به این شرح طراحی شد. این پرسشنامه، از پرسش های منظم یا بسته استفاده شده است. در این پرسشنامه، «طیف لیکرت» در پنج سطح برای سنجش متغیرها مورد استفاده قرار گرفت. این طیف علاوه بر وجود یا عدم وجود یک متغیر، مراتب یا درجه اهمیت و یا وزن نسبی را نیز قابل اندازه‌گیری می نماید. در این پژوهش برای اعتبار اعتبار پرسشنامه از روش های اعتبار محتوا و اعتبار عاملی بهره گرفته شد. برای سنجش روایی ظاهری، نقطه‌نظرهای چندین تن از اعضای هیأت‌علمی دانشگاه و کارشناسان مربوطه پرسیده شد و مبتنی بر نظر

آموزشی، روان‌شناختی- شخصیتی و نیز سازمانی تبیین گردید. Maghsoudi et al. (۲۰۱۳) در بررسی که در مورد تعاونی های تولید کشاورزی در استان خوزستان انجام دادند دریافتند که توسعه ی کارآفرینی در تعاونی های نام برده به ترتیب نیازمند آموزش در زمینه های مدیریت خطر، خلاقیت، بازاریابی، ثبت ایده های جدید و نیز مالکیت اخلاقی می باشد. Fotoohi (۲۰۱۴) در پژوهشی که در مورد استراتژی های توسعه ی تعاونی های کارآفرین انجام داده است، توسعه ی تعاونی های کارآفرین را نیازمند شناسایی ساختار مناسب، فرهنگ کارآفرینی، حمایت از افراد کارآفرین، حمایت های مالی و مالیاتی سازمانی و نیز کاهش دستورالعمل های اداری دانسته است. Hassan & Kong (۲۰۱۶) در پژوهشی که بر روی کشاورزان استان های شانکسی، شاندونگ، گانسو و هنان در چین انجام دادند دریافتند که شرایط بازار، عوامل روان‌شناختی و نیز پیشینه ی خانوادگی از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی بوده اند.

Jensen (۲۰۱۶) در پایان نامه ی کارشناسی ارشد خود که به‌منظور بررسی ویژگی های کارآفرینان در میان تولیدکنندگان کشاورزی در مناطق روستایی پاراگوئه انجام داد به این نتیجه رسید که تجربه ی بیشتر، آموزش و رویارویی با کسب و کار های مختلف از عوامل مؤثر در راستای موفقیت آن‌ها بوده است. Gautam & Mishra (۲۰۱۶) در مطالعه ای که به‌منظور بررسی چالش های کارآفرینی زنان روستایی در هند انجام دادند مهم‌ترین موانع توسعه کارآفرینی در میان زنان روستایی هند را کمبود آموزش، کمبود اعتماد به نفس، نبود آگاهی در مورد توانایی هایشان و نیز نداشتن استقلال مالی شناسایی نمودند. McDowell et al. (۲۰۱۶) در پژوهشی که به‌منظور بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینان در مناطق روستایی کارولینای شمالی انجام دادند دریافتند که بیش تر کارآفرینان موفق در میان مردان بالای ۳۹ سال و دارای تحصیلات دانشگاهی بوده اند. همچنین دیگر نتایج تحقیق حاکی از این است که موفقیت یک کارآفرین بیش از ویژگی های دموگرافیک به عوامل اقتصادی اجتماعی وابسته بوده است. Lawrence & Ganguli (۲۰۱۶) در مطالعه ای که به‌منظور بررسی رفتار کارآفرینی در میان دامداران استان تمیل نادو در هند انجام دادند دریافتند که آن‌ها دارای حد متوسطی از رفتار کارآفرینی بوده اند. همچنین دیگر نتایج تحقیق مبین این بوده است که رفتار کارآفرینی ارتباط مثبت و معنی داری با عوامل آموزش، مالکیت زمین، وضعیت اقتصادی، مشارکت اجتماعی، انگیزه ی اقتصادی و نیز ارتباطات داشته است. با توجه به‌مرور ادبیات توسعه کارآفرینی و سابقه نظری تحقیقات در این زمینه می توان چنین نتیجه گرفت که عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی، عوامل روان‌شناختی - شخصیتی، عوامل رفتار مدیریت، عوامل بازاریابی و عامل آموزش از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی هستند. عوامل مؤثر بر میزان توسعه کارآفرینی در تعاونی

آنان اصلاح های لازم به عمل آمد. همچنین، در این پژوهش از روش آلفای کرونباخ برای سنجش پایایی استفاده گردید. در پژوهش مقدماتی، پرسشنامه با ۳۰ نفر آزمون شده و طیف های آزمون پایایی و روایی انجام گردید و اصلاحات جزئی که لازم بود، انجام گرفت و برخی گویه ها اصلاح و در مورد برخی دیگر جایگزینی انجام گرفت و در مجموع پرسشنامه تعدیل گردید. پس از تکمیل پرسشنامه ها، مجدداً گویه ها مورد آزمون قرار گرفتند و ضریب پایایی آن ها به شرح جدول ۱ مشخص گردید.

جدول ۱. محاسبه میزان پایایی و روایی مفاهیم اصلی کار رفته در پژوهش

Sig	Barttelets	KMO	آلفای کرونباخ	متغیر	نمونه مورد مطالعه
۰/۰۰۰	۲۷۵/۶۹۹	۰/۷۴۸	۰/۸۳۷	عوامل اقتصادی	اعضای هیأت مدیره و مدیر عامل
۰/۰۰۴	۲۹۵/۹۸۱	۰/۷۲۷	۰/۸۵۱	عوامل اجتماعی	
۰/۰۰۰	۸۹۳/۰۵۳	۰/۶۴۳	۰/۷۹۸	عامل فرهنگی	
۰/۰۰۰	۲۴۳/۱۴۶	۰/۸۲۶	۰/۹۱۲	عوامل مدیریتی	
۰/۰۰۰	۳۲۶/۱۲۸	۰/۷۸۹	۰/۹۱۰	عوامل بازاریابی	
۰/۰۰۰	۳۹۸/۱۲۳	۰/۸۰۹	۰/۸۵۹	عوامل آموزشی	
۰/۰۰۰	۴۵۶/۷۸۰	۰/۸۱۲	۰/۸۹۷	عوامل روان شناختی	

بر اساس جدول ۱، مفاهیم به کار رفته در پژوهش حاضر از پایایی بالایی برخوردار است، این موضوع نشان می دهد همبستگی درونی بین متغیرها برای سنجش مفاهیم مزبور از قابلیت اعتماد بالایی برخوردار است. همچنین این جداول نشان می دهد، میزان آزمون بارتلت در سطح بسیار بالایی معنی دار بوده و مقدار K.M.O در سطح قابل قبولی می باشد. داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS نرم افزار LISREL نسخه ۸/۸ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. در ضمن برای تجزیه و تحلیل داده های تحقیق از آمار توصیفی و تحلیلی نظیر فراوانی، درصد، انحراف معیار، میانگین و آمار استنباطی از جمله تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد.

یافته ها

ویژگی های فردی پاسخگویان

نتایج بررسی نمونه مورد مطالعه نشان داد، میانگین سنی نمونه ی آماری ۳۱/۰۲ سال می باشد. بیشترین فراوانی مربوط به رده سنی ۴۰-۳۵ سال بوده (۳۴/۸ درصد) و کمترین آن هم به رده سنی ۲۵ سال (۸/۴ درصد) تعلق دارد. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل سطح تحصیلات نمونه آماری حاکی از آن است که ۹/۷ درصد تحصیلاتی در حد ابتدایی، ۱۳/۹ درصد دارای تحصیلات راهنمایی، ۲۸/۴۴ درصد دارای تحصیلات دبیرستان، ۱۷/۳ درصد دارای تحصیلات فوق دیپلم و ۳۰/۵۷ درصد نمونه ی مورد مطالعه دارای تحصیلات لیسانس و بالاتر هستند. میانگین سابقه ی فعالیت کشاورزی نمونه آماری ۱۷/۰۳ سال می باشد.

در بررسی تعداد سهام افراد مورد مطالعه از شرکت های تعاونی تولید روستایی، مشخص گردید که بیشترین تعداد افراد سهام دار مربوط به طبقه ۱۱ تا ۲۰ سهم می باشد که حدود ۲۸/۵ درصد افراد مورد مطالعه در این گروه قرار گرفته اند. همچنین، کمترین تعداد افراد سهام دار مربوط به طبقه ۴۱ تا ۵۰ سهم می باشد که حدود ۸ درصد افراد مورد مطالعه را تشکیل می دهند. نتایج بررسی سابقه کار در شرکت تعاونی تولید روستایی در منطقه ی مورد مطالعه نشان داد، ۵۷/۲۳ درصد از افراد مورد مطالعه دارای سابقه ی کاری، در شرکت تعاونی تولید روستایی، بین یک تا پنج سال می باشند، همچنین، ۲۷/۵۶ درصد دارای سابقه ی کار پنج تا ۱۰ سال، حدود نه درصد دارای سابقه کار ۱۰ تا ۱۵ سال و ۶/۱۹ درصد دارای سابقه بالای ۱۵ سال می باشند. میانگین سابقه کار پاسخگویان ۴/۲۳ سال است که حاکی از تجربه ی کم افراد شاغل در تعاونی ها می باشد.

تجربه ی قبلی در مورد کارآفرینی و میزان آشنایی با اصول کارآفرینی

همان طور که در جدول ۲ مشاهده می شود، ۵۹/۷۷ درصد از پاسخگویان در زمینه ی کارآفرینی تجربه قبلی نداشتند و ۴۰/۲۳ از آن ها دارای تجربه ی قبلی در زمینه کارآفرینی می باشند. همچنین یافته های پژوهش نشان داد که ۴۷/۵۶ درصد از افراد مورد مطالعه سابقه ی شرکت در کلاس ها و یا دوره های کارآفرینی داشتند و میزان آشنایی نصف افراد مورد مطالعه (۵۰ درصد) با اصول و مبانی کارآفرینی در سطح متوسط قرار داشت.

جدول ۲. توزیع فراوانی تجربه ی قبلی در مورد کارآفرینی و میزان آشنایی با اصول کارآفرینی جامعه مورد مطالعه

متغیر	درصد	درصد تجمعی
تجربه قبلی در زمینه کارآفرینی	بله	۴۰/۲۳
	خیر	۱۰۰
سابقه شرکت در کلاس ها و یا دوره های کارآفرینی	بله	۴۷/۵۶
	خیر	۱۰۰
میزان آشنایی با اصول و مبانی کارآفرینی	خیلی کم	۵
	کم	۱۳
	متوسط	۶۳
	زیاد	۸۰
	خیلی زیاد	۱۰۰

سنجش کارآفرینی در شرکت های تعاونی در راستای تبیین اهداف مطالعه اهمیت ویژه ای دارد، در همین راستا میزان کارآفرینی با ۱۴ سؤال با استفاده از طیف لیکرت پنج گزینه ای مورد بررسی قرار گرفت و دیدگاه های مدیران اخذ و تحلیل شد که نتایج به دست آمده در جدول ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳. سنجش کارآفرینی در شرکت های تعاونی کشاورزی از دیدگاه مدیران

عوامل	میانگین	انحراف معیار	C.V	رتبه
نوگرایی	۲/۶۲	۰/۵۳	۰/۲۰۲	۱
ریسک پذیری	۲/۸۵	۰/۶۶	۰/۲۳۱	۲
پیش قدمی در ایجاد تغییر	۲/۴۴	۰/۹۸	۰/۴۰۱	۳
رقابت پذیری	۲/۴۳	۰/۹۸	۰/۴۰۳	۴
نمره ی کل کارآفرینی	۲/۵۸۵	۰/۷۸۷	-	-

به منظور سنجش ویژگی های کارآفرینی پاسخگویان از پرسشنامه استاندارد سنجش ویژگی های شخصیتی کارآفرینان مشتمل بر ۱۴ گویه بر اساس طیف لیکرت بهره گرفته شد. در این ارتباط چهار ویژگی نوگرایی، پیش قدمی، ریسک پذیری و رقابت پذیری مورد سنجش قرار گرفت. در پژوهش حاضر، پس از اثبات وجود همبستگی مناسب بین سنجه های هر شاخص و نیز بین شاخص های تشکیل دهنده مفهوم اصلی در این بخش، از روش تحلیل عاملی برای وزن دهی استفاده گردید. سپس، افراد بر اساس ویژگی های کارآفرینی، پاسخگویان به پنج دسته تقسیم بندی شدند. همچنین یافته های حاصل از تحقیق نشان داد که متوسط نمره کل کارآفرینی جامعه مورد مطالعه معادل ۲/۵۸۵ به دست آمد. همان گونه که در جدول ۴ مشاهده می گردد بیش از نیمی از افراد (۶۲/۸) در طبقه خیلی ضعیف و ضعیف قرار داشتند.

جدول ۴. توزیع فراوانی میزان کارآفرینی در تعاونی های تولید روستایی شهرستان اصفهان (N = ۷۵)

عوامل	سطح متغیر	فراوانی	درصد فراوانی	درصد تجمعی
میزان کارآفرینی	کم	۲۰	۲۶/۹	۲۶/۹
	خیلی کم	۲۷	۳۵/۹	۶۲/۸
	متوسط	۲۴	۳۳/۰	۹۵/۸
	زیاد	۴	۴/۲	۱۰۰
	خیلی زیاد	۰	۰	-
جمع کل		۷۵	۱۰۰	-

بر اساس آزمون t تک نمونه ای، عدد سه به عنوان میانه نظری یا میانگین کارآفرینی در تعاونی های تولید روستایی در منطقه ی مورد مطالعه مقایسه گردید. با توجه به نتایج جدول ۵ مشاهده می شود که t به دست آمده ۴/۹۸- بوده که علامت منفی نشان می دهد میانگین متغیر مورد بررسی کوچک تر از میانه ی نظری یا نمره ی ملاک می باشد. به عبارتی بین سطح کارآفرینی در تعاونی های تولید روستایی شهرستان اصفهان با میانه ی نظری آزمون اختلاف معنی داری در سطح ۹۵ درصد وجود دارد؛ بنابراین سطح کارآفرینی در تعاونی های تولید روستایی مورد مطالعه پایین تر از حد متوسط ارزیابی می شود.

جدول ۵. نتایج آزمون t تک نمونه ای میزان کارآفرینی در تعاونی ها

T = TEST VALUE				MEAN	N	میزان کارآفرینی در تعاونی ها
MEAN DIFFERENCE	SIG	DF	T			
-۰/۴۱۵	۰/۰۰۹	۷۴	-۴/۹۸	۲/۵۸۵	۷۵	

عوامل مؤثر بر توسعه ی کارآفرینی در تعاونی های تولید روستایی شهرستان اصفهان مدل سازی معادلات ساختاری

برای بررسی اعتبار سازه ای پرسشنامه و برازش الگوی اندازه گیری و ساختاری مربوط به عوامل مؤثر بر توسعه ی کارآفرینی در شرکت های تعاونی تولید روستایی داده ها از روش تحلیل مدل سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار LISREL نسخه ۸/۵ مورد تحلیل قرار گرفتند.

در جدول ۶ نتایج حاصل از تحلیل عاملی تأییدی آمده است. شاخص های برازندگی حاکی از برازش خوب مدل مورد مطالعه با داده های مشاهده شده است. شاخص نیکویی برازش ($GFI = ۰/۹۱۱$) و شاخص تعدیل شده نیکویی برازش ($AGFI = ۰/۹۰۱$) هرچه به یک نزدیک تر باشد، حاکی از برازش مناسب مدل است. زیرا این پارامتر، یک معیار برای میانگین اختلاف بین داده های مشاهده شده و داده های مدل است. همچنین، معیار ریشه ی میانگین باقی مانده ها ($RMS = ۰/۴۷۶$) که شاخصی برای اندازه گیری متوسط باقی مانده ها است، هرچه کوچک تر باشد، نشان دهنده ی برازش خوب مدل است. از سوی دیگر، مجذور کای ($\chi^2 = ۱۲۲/۵۲۹$) و سطح معنی داری ($P = ۰,۰۱۲$) و کمیت های t (در سطح معنی داری ۰/۰۵)، حاکی از عدم تفاوت معنی داری داده های مشاهده شده با مدل هستند.

بطور کلی، نتایج شاخص های بررسی باقیمانده کوواریانس و واریانس در بافت داده ها که شامل SRMR, RMR و GFI است، نشان می دهند که کوواریانس و واریانس خطا به خوبی کنترل شده است. در مورد شاخص های بررسی الگوهای جایگزین شامل NNFI, NFI, CFI نیز نتایج نشان می دهد که مقادیر این شاخص ها برای الگوی بالاتر از ۰/۹ محاسبه شده است که مقدار قابل توجهی است. در نهایت شاخص RMSEA نشان می دهد که خطای اندازه گیری در الگو کنترل شده است (جدول ۶). ضریب قدرت الگوی برابر ۰/۹۲ است که نشان از تناسب قابل قبول داده های برازش یافته دارد.

جدول ۶. شاخص های برازش الگوی تحلیل عاملی مرتبه دوم عوامل مؤثر بر کارآفرینی تعاونی های کشاورزی

شاخص	حد مطلوب	مقدار گزارش شده
میانگین مجذور پس مانده ها RMR	نزدیک صفر	۰/۱۳
شاخص برازندگی GFI	۰/۹۰	۰/۹۲۳
میانگین مجذور پس مانده های استاندارد شده SRMR	زیر ۰/۰۸	۰/۰۶
شاخص نرم شده برازندگی NFI	۰/۹۰	۰/۹۴
شاخص نرم نشده برازندگی NNFI	۰/۹۰	۰/۹۳
شاخص برازندگی فزاینده IFI	۰/۹۰	۰/۹۵
شاخص برازندگی تطبیقی CFI	۰/۹۰	۰/۹۶
ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب RMSEA	زیر ۰/۰۸	۰/۰۷۵

با توجه به نتایج کسب شده در جدول ۷ می توان نتیجه گرفت که عامل های اقتصادی، اجتماعی، مدیریتی، بازاریابی، آموزش، روان شناختی و عامل فرهنگی مورد بررسی تا حدود زیادی ابعاد مستقل و مجزای عوامل مؤثر بر کارآفرینی تعاونی های تولید روستایی در شهرستان اصفهان را اندازه می گیرند.

جدول ۷. تحلیل عاملی تأییدی ساختار نظری پرسشنامه

شاخص	متغیر	بار عاملی استاندارد شده	مقدار t	آلفای کرونباخ
اقتصادی	ثبات قیمت محصولات کشاورزی	۰/۷۷۵	-	۰/۸۹۸
	رضایت از درآمد حاصل از کار	۰/۷۶۲	۷/۷۵۲	
	سرمایه های مالی کافی در تعاونی	۰/۸۲۶	۵/۲۳۶	
	ایجاد زمینه مناسب و اقدامات حمایتی در جهت صادرات محصولات کشاورزی	۰/۷۷۲	۶/۰۱۲	
اجتماعی	گرایش به کار گروهی اعضا تعاونی	۰/۷۴۸	-	۰/۸۲۳
	فراهم آوردن بیمه برای کارآفرینان	۰/۷۳۲	۹/۱۷۸	
	قوانین و مقررات ورشکستگی	۰/۶۱۲	۶/۰۹۸	
مدیریتی	تقسیم عادلانه ی منافع میان کارکنان	۰/۷۵۶	-	۰/۸۹۷
	قدردانی و تشویق کارکنان	۰/۷۱۲	۶/۲۰۳	
	توانایی رهبری و هدایت مدیر تعاونی	۰/۶۹۸	۶/۵۶۱	
	تحمل شکست و اشتباه کارکنان در زمینه ی فعالیت های نوآورانه	۰/۶۵۹	۸/۴۱۲	
بازاریابی	تبلیغات مؤثر برای یافتن مشتری جدید	۰/۷۰۳	-	۰/۹۰۲
	فروش مستقیم و بی واسطه محصول	۰/۷۶۲	۷/۴۵۶	
	آشنایی با بازارهای منطقه ای و ملی	۰/۷۰۲	۷/۰۶۹	
	آشنایی با بازارهای محلی	۰/۶۲۳	۸/۶۱۹	
آموزشی	استفاده از روش های نوین آموزشی در تعاونی	۰/۷۱۶	-	۰/۸۵۳
	اجرای برنامه های آموزشی برای بهبود توانمندی های کارآفرینی مدیران و کارکنان تعاونی	۰/۷۰۱	۹/۹۴۲	
	دسترسی به کامپیوتر و اینترنت در تعاونی	۰/۶۴۲	۸/۱۵۳	
	برگزاری کلاس های توسعه مهارت های کوتاه مدت	۰/۶۶۹	۸/۱۹۷	
روان شناختی	اعتماد به نفس و خوداتکایی بالا	۰/۷۲۳	-	۰/۸۶۸
	علاقه ی بالا به خوداشتغالی و فعالیت	۰/۶۳۵	۷/۴۶۳	
	انگیزه ی بالای یافتن منابع جدید	۰/۷۰۹	۹/۳۲۵	
	به کارگیری بالای خلاقیت های شخصی	۰/۶۱۴	۶/۷۵۳	
فرهنگی	داشتن روحیه ی انجام کار گروهی	۰/۷۶۳	-	۰/۹۰۲
	به کارگیری مناسب دانش رسمی در کنار دانش بومی	۰/۷۰۳	۷/۷۴۱	

ضرایب همبستگی بین ارزیابی توسعه کارآفرینی در تعاونی های تولید روستایی شهرستان اصفهان و هر یک از مؤلفه های مورد بررسی نشان می دهد بالاترین اثر کلی مربوط به عوامل اقتصادی (۰/۶۵۷)، اجتماعی (۰/۵۳۸) و مدیریتی (۰/۵۰۲) است. همچنین، نتایج برآوردهای خطای استاندارد، نسبت های بحرانی و سطوح معنی داری نیز نشان می دهد که تمامی این برآوردهای استاندارد در سطح ۹۹ درصد معنی دار هستند.

جدول ۸ ضرایب رگرسیون استاندارد (اثرهای مستقیم و غیرمستقیم) متغیرهای نهایی مشاهده شده و زیرمقیاس های به دست آمده بر متغیر وابسته پنهان اصلی را نشان می دهد.

جدول ۸. اثرهای کلی متغیرهای مشاهده شده و زیرمقیاس های عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی تعاونی های کشاورزی

عوامل مؤثر	توسعه کارآفرینی تعاونی-های کشاورزی	اقتصادی	اجتماعی	مدیریتی	بازاریابی	آموزشی	روان شناختی	فرهنگی
اقتصادی	۰/۶۵۷	-	-	-	-	-	-	-
اجتماعی	۰/۵۳۸	-	-	-	-	-	-	-
مدیریتی	۰/۵۰۲	-	-	-	-	-	-	-
بازاریابی	۰/۴۰۹	-	-	-	-	-	-	-
آموزشی	۰/۳۶۸	-	-	-	-	-	-	-
روان شناختی	۰/۲۳۱	-	-	-	-	-	-	-
فرهنگی	۰/۲۰۳	-	-	-	-	-	-	-
X۱	۰/۵۰۹	۰/۷۷۵	-	-	-	-	-	-
X۲	۰/۵	۰/۷۶۲	-	-	-	-	-	-
X۳	۰/۵۶۶	۰/۸۶۳	-	-	-	-	-	-
X۴	۰/۵۰۷	۰/۷۷۲	-	-	-	-	-	-
X۵	۰/۴۰۲	-	۰/۷۴۸	-	-	-	-	-
X۶	۰/۳۹۳	-	۰/۷۳۲	-	-	-	-	-
X۷	۰/۳۲۹	-	۰/۶۱۲	-	-	-	-	-
X۷	۰/۳۹۷	-	-	۰/۷۵۶	-	-	-	-
X۸	۰/۳۵۷	-	-	۰/۷۱۲	-	-	-	-
X۹	۰/۳۵	-	-	۰/۶۹۸	-	-	-	-
X۱۰	۰/۳۳	-	-	۰/۶۵۹	-	-	-	-
X۱۱	۰/۲۸۷	-	-	-	۰/۷۰۳	-	-	-
X۱۲	۰/۳۱۱	-	-	-	۰/۷۶۲	-	-	-
X۱۳	۰/۲۸۷	-	-	-	۰/۷۰۲	-	-	-
X۱۴	۰/۲۵۴	-	-	-	۰/۶۲۳	-	-	-
X۱۵	۰/۲۶۳	-	-	-	-	۰/۷۱۶	-	-
X۱۶	۰/۲۵۷	-	-	-	-	۰/۷۰۱	-	-
X۱۷	۰/۲۳۶	-	-	-	-	۰/۶۴۲	-	-
X۱۸	۰/۲۴۶	-	-	-	-	۰/۶۶۹	-	-
X۱۹	۰/۱۶۷	-	-	-	-	-	۰/۷۲۳	-
X۲۰	۰/۱۴۶	-	-	-	-	-	۰/۶۳۵	-
X۲۱	۰/۱۶۳	-	-	-	-	-	۰/۷۰۹	-
X۲۲	۰/۱۴۱	-	-	-	-	-	۰/۶۱۴	-
X۲۳	۰/۱۵۴	-	-	-	-	-	-	۰/۷۶۳
X۲۴	۰/۱۴۲	-	-	-	-	-	-	۰/۷۰۳

نتایج جدول ۸ نشان می دهد، بیشترین اثرهای غیرمستقیم بر ارزیابی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی تعاونی های کشاورزی

آموزش های آماده سازی شغلی و کارآفرینی در تعاونی ها از عواملی هستند که در توسعه کارآفرینی تعاونی ها بسیار مؤثر خواهند بود.

پیشنهادها

با توجه به نتایج پژوهش حاضر، به ارائه ی پیشنهادهایی در زمینه ی موضوع مورد مطالعه می پردازیم:

- با توجه به اینکه عامل مدیریت به عنوان مهم ترین عامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در تعاونی ها بشمار می رفت، پیشنهاد می-گردد، به مبحث عامل انسانی و مدیریتی توجه ویژه شود. همچنین از مدیریت سنتی در تعاونی ها اجتناب شود.

- ارائه آموزش های عمومی و تخصصی مورد نیاز تعاونی ها و همچنین ارائه ی آموزش های کارآفرینی به طور مستمر برای اعضا و مدیران و کارکنان به صورت حضوری و از طریق رسانه های عمومی که می تواند در ارتقاء و توسعه کارآفرینی تأثیر شگرفی داشته باشد.

- ارائه ی مشاوره در زمینه های مختلف مورد نیاز تعاونی های کارآفرین و همچنین برای کارآفرینان متقاضی فعالیت در قالب شرکت های تعاونی کشاورزی.

- پیشنهاد می گردد برای ایجاد یک شبکه کارآفرینی در سطح استان، به ایجاد مراکز کارآفرینی در سطح استان و شهرستانها برای معرفی کارآفرینان برتر، سهولت دسترسی به آن ها و برقراری ارتباط بین افراد و شرکت ها اقدام گردد.

- با توجه به اهمیت تجربه در زمینه ی کارآفرینی، پیشنهاد می گردد، از طریق آموزش، اصول کارآفرینی و آنچه مربوط به آن می شود را در دسترس افراد قرار دهیم.

- به منظور پیدا کردن نقاط قوت و ضعف تعاونی ها در زمینه کارآفرینی، پیشنهاد می گردد، همایش هایی به صورت درون استانی و یا بین استانی در زمینه ی راهکارهای مختلف کارآفرینی برگزار گردد.

منابع و مأخذ

- آقاجانی، ح. ع.، و گنجه خور، ز. (۱۳۸۹). تبیین نقش ویژگی های روان شناختی کارآفرینان بر فرایند کارآفرینی مستقل - مورد مطالعه: کارآفرینان استان مازندران. پژوهش نامه ی مدیریت تحول، صفحات ۱۴۰-۱۱۸.
- آمدی، ا.، ملک محمدی، ا.، و حسینی نیا، غ. (۱۳۸۸). تحلیل رگرسیونی عوامل مؤثر بر ترویج کارآفرینی در تعاونی های کشاورزی تهران. مجله تعاون، سال بیستم، شماره ۲۱۰ و ۲۱۱، صفحات ۳۴-۱۷.
- بابایی فینی، ا.، و رحمانی، ب. (۱۳۹۲). تحلیل راهبردهای مؤثر بر توسعه ی تعاونی های کشاورزی در اقتصاد روستایی (مطالعه ی موردی: شهرستان خدابنده). مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، سال سوم، شماره ۱۱، صفحات ۱۳۲-۱۱۳.
- پیش بین س ا.، و ایروانی، ه.، و موحد محمدی، س

به ترتیب مربوط به متغیرهای سرمایه های مالی کافی در تعاونی (۳x)، ثبات قیمت محصولات کشاورزی (۱x)، ایجاد زمینه مناسب و اقدامات حمایتی در جهت صادرات محصولات کشاورزی (۴x) و رضایت از درآمد حاصل از کار (۲x) و در مقابل کمترین آن ها به ترتیب مربوط به متغیرهای به کارگیری بالای خلاقیت های شخصی (۲x)، به کارگیری مناسب دانش رسمی در کنار دانش بومی (۲x) و علاقه ی بالا به خوداشتغالی و فعالیت (۲x) است. با توجه به این ضرایب کمترین میزان تأثیر مربوط به پیامدهای اجتماعی بوده و بیشترین تأثیرها نیز مربوط به پیامدهای اقتصادی هستند.

بحث و نتیجه گیری

نتایج مطالعه ی حاضر نشان داد که به طور کلی، در ۶۲/۸ درصد از شرکت تعاونی های مورد بررسی سطح کارآفرینی در حد کم و خیلی کم می باشند. این موضوع نیز از طریق آزمون t تک نمونه ای در سطح ۹۵ درصد معناداری مورد تأیید قرار گرفت. بنابراین می توان عنوان نمود که میزان کارآفرینی در شرکت های تعاونی منطقه ی مورد مطالعه در سطح پایین تر از متوسط می باشد که این یافته در راستای نتایج Lawrence & Ganguli (۲۰۱۶) نمی باشد. همچنین نتایج پژوهش حاکی از این بود که عامل های اقتصادی، اجتماعی، مدیریتی، بازاریابی، آموزش، روان شناختی و عامل فرهنگی تا حدود زیادی ابعاد مستقل و مجزای عوامل مؤثر بر کارآفرینی تعاونی های تولید روستایی در شهرستان اصفهان را اندازه گرفتند. این یافته با نتایج پژوهش های آمدی و همکاران (۱۳۸۸)، پیش بین و همکاران (۱۳۹۱). Ghiasvand Ghiasy et al (۲۰۰۹); Hosseini & McElwee (۲۰۱۱); Tavasoli et al (۲۰۱۳); Maghsoudi et al (۲۰۱۳); McDowell et al (۲۰۱۶); Hassan & Kong (۲۰۱۶); Lawrence & Ganguli (۲۰۱۶); هم راستا می باشد.

با توجه به نتایج مطالعه ی حاضر، در خصوص عوامل مؤثر بر تقویت کارآفرینی در تعاونی های کشاورزی، نبود و یا کم توجهی به امر تبلیغات، وجود دلالت و واسطه ها در امر فروش محصولات تولیدی، عدم کسب سود برابر توسط همه ی اعضا، عدم استفاده از دانش بومی و یا عدم استفاده از دانش علمی و رسمی در کنار دانش بومی، نبود ثبات قیمتی، عدم آشنایی با بازارهای منطقه ای و ملی و نبود بازارهای محلی برای فروش محصولات تولیدی شرکت های تعاونی مذکور را شدیداً تحت تأثیر قرار داده اند که این یافته نیز در راستای نتایج Gautam & Mishra (۲۰۱۶) می باشد. مشکلات مذکور در بسیاری از موارد باعث دوری و حتی گریز افراد مستعد و کارآفرین از فعالیت در شرکت های تعاونی تولید کشاورزی می گردد. از طرفی، استفاده از روش های نوین آموزش در تعاونی ها و اجرای برنامه های آموزشی برای بهبود توانمندی های کارآفرینی مدیران و کارکنان تعاونی که در بسیاری از موارد باعث افزایش درآمد و افزایش رضایت اعضا خواهد شد، در تعاونی های مورد مطالعه مورد توجه قرار نگرفته که در این راستا، برنامه ی بازدید از تعاونی ها و سایر شرکت های موفق و کارآفرین و ارائه ی

- Hosseini, S. J., Malekmohammadi, I., & Hosseini, S. M. (2009). Factors influencing the entrepreneurship in Iran's agricultural cooperatives. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 3(2), 11701176-.
16. Hassan, R. M., & Kong, R. (2016). Factors influencing entrepreneurship: A comparative analysis among farmers in Shaanxi, Shandong, Henan and Gansu provinces, china. *African Business and Management Research Journal* ISSN: 2518-1)2 ,0312).
17. Hosseini, S. J. F., & McElwee, G. (2011). Improving the entrepreneurial potential of rural women entrepreneurs in northern Iran. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 1, 1527-, Retrieved from <http://inderscience.metapress.com>
18. Jensen, B. J. (2016). Entrepreneurs' Perceived Factors of Success and Barriers-to-Entry for Small Business and Farm Operations in Rural Paraguay. Master dissertation, Utah State University.
19. Lawrence, C., & Ganguli, D. (2016). Entrepreneurial behaviour of dairy farmers in Tamil Nadu. *Indian Research Journal of Extension Education*, 12(1), 6670-.
20. Maghsoudi, T., Davodi, H., & Hekmat, M. (2013). Agricultural production cooperatives, entrepreneurship and education in Iran. *African Journal of Business Management*, 7(18), 18061813-.
21. Makombe, I. A. M. (2009). Women entrepreneurship development and empowerment in Tanzania: The case of sido/unido-supported women microentrepreneurs in the food processing sector, submitted in accordance with the requirements for the degree of Doctoral dissertation, the university of South Africa Promoter.
22. McDowell, D., Rodriguez, B. M., & Davis, D. (2016). Success Factors for Small Entrepreneurs in North Carolina. In 2016 Annual Meeting, San Antonio, Texas (No. 230125). Southern Agricultural Economics Association.
23. Petridou, E. (2004). An Evaluation Research on Mentoring Support
- ح. و شعبانعلی فمی، ح. و رضوانفر، ا. (۱۳۹۱). بررسی نقش عوامل محیطی بر گرایش کارآفرینی در تعاونی های دامپروری ایران. *مجله ی تحقیقات اقتصاد و توسعه ی کشاورزی ایران*، دوره ۲-۴۳، شماره ۳، صفحات ۵۰۹-۴۹۷.
۵. خسروی پور، ب. و برادران، م. و غنیان، م. و منفرد، ن. و گودرزی، ز. (۱۳۹۰). بررسی ضرورت و ویژگی های یک تعاونی کشاورزی کارآفرین. *کار و جامعه*، شماره ۱۳۵، صفحات ۴۶-۵۴.
۶. دنیائی، ح. و یعقوبی، ج. و رجایی، ی. (۱۳۸۹). عوامل مؤثر بر تقویت و توسعه ی کارآفرینی در تعاونی های کشاورزی استان زنجان. *مجله تعاون*. سال بیست و یکم، دوره جدید. شماره ۳، صفحات ۱۱۱-۱۲۵.
۷. رضوانی، م. و نجارزاده، م. (۱۳۸۷). بررسی و تحلیل زمینه های کارآفرینی روستاییان در فرایند توسعه ی نواحی روستایی مطالعه ی موردی: دهستان براآن جنوبی (شهرستان اصفهان). *مجله توسعه کارآفرینی*، سال اول، شماره ۲، صفحات ۱۸۲-۱۶۱.
۸. صفری شالی، ر. (۱۳۸۱). تعاونی های تولید روستایی ایران. *مجله جهاد، سال بیست و دوم*، شماره ۲۵۱-۲۵۰، صفحات ۶۴-۷۱.
۹. فعلی، س. و پزشکی راد، غ.ل. و چیدری، م. (۱۳۸۸). چالش ها و مشکلات بهره برداران دهقانی خرده مالک. *فصلنامه نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی*، سال هفتم، شماره ۲۶، صفحات ۳۱-۲۶.
۱۰. کرد نایبج، ا. و زالی، م. (۱۳۸۶). راهکار های توسعه ی کارآفرینی در ایران. *فصلنامه مطالعات جوانان*، شماره ۱۰ و ۱۱، صفحات ۵۸-۴۱.
۱۱. گودرزی، ز. و خسروی پور، ب. و برادران، م. و غنیان، م. و منفرد، ن. (۱۳۹۲). شناسایی نقاط ضعف و قوت تعاونی های کشاورزی در کارآفرین شدن با استفاده از تکنیک SWOT. *ماهنامه کارآفرین ناب*، سال پنجم، شماره ۲۹، صفحات ۵۷-۵۱.
12. Baniasadi, N., Ebrahimi, M., & Khatonabadi, S. A. (2013). Factors influencing the development of rural entrepreneurship a case study of Iran. *Advances in Environmental Biology*, 7(8), 19301936-.
13. Fotoohi, M. (2014). Entrepreneurial cooperative development strategies. *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*, 10, 270278-. Retrieved from www.arabianjbm.com
14. Gautam, R. K., & Mishra, K. (2016). Study on rural women entrepreneurship in India: Issues and Challenges. *IJAR*, 2(2), 33-36.
15. Ghiasvand Ghiasy, F., Farajolah

Women Entrepreneurs. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 4, 53-681.

24. Saadi, H. (2009). Study on agricultural production cooperative challenges in Iran's entrepreneurship and employment (Hamedan Province). *Proceedings of International Entrepreneurship Congress SMEs and Entrepreneurship*. 14198-192, 16-15-. Retrieved from: kutuphane.ieu.edu.tr.

25. Tavasoli, F., Charmchian Langerodi, M., & Ahmadpour, A. (2013). The Strengthening modeling of agricultural production cooperatives entrepreneurship spirit in Amol township. *International Research Journal of Applied and Basic Sciences*. 4 (9), 26132619-. Retrieved from: www.irjabs.com.