



دانشگاه گوارز، دانش‌پژوهی کشاورزی

نشریه کارآفرینی در کشاورزی
جلد اول، شماره اول، بهار ۱۳۹۳
<http://jead.gau.ac.ir>

بررسی نقش و جایگاه کارآفرینی در توسعه تعاونی‌های روستایی

*روح‌اله رضایی

استادیار گروه ترویج، ارتباطات و توسعه روستایی، دانشگاه زنجان

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۱۱/۱۵؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۲/۲۸

چکیده

مهم‌ترین دستاوردهای اقتصادی و اجتماعی انسان‌ها حاصل مشارکت بوده است که در این میان سازمان‌های تعاونی به دلیل تأکید بیشتر بر جنبه‌های انسانی از اهمیت بیشتری برخوردار می‌باشند. در واقع، تعاونی‌ها یک اهرم مناسب برای توسعه اقتصادی به شمار می‌آیند که می‌توانند در افزایش تولید، ارتقای سطح درآمد و بهبود وضعیت اجتماعی مردم مؤثر باشند. علی‌رغم اهمیت و جایگاه تعاونی‌ها، بررسی اولیه عملکرد آن‌ها به‌ویژه در مناطق روستایی نشان دهنده آن است که این تعاونی‌ها با مشکلات متعددی روبرو بوده و نتوانسته‌اند به اهداف از پیش تعیین شده خود دست یابند. در چنین شرایطی، بسیاری از محققان و صاحب‌نظران بر این باورند که توسعه کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی می‌تواند نقش اساسی در کمک به توسعه و تقویت تعاونی‌ها و حل مشکلات آن‌ها داشته باشد. با در نظر گرفتن اهمیت موضوع، هدف اصلی این مقاله توصیفی-تحلیلی بررسی نقش و جایگاه کارآفرینی در توسعه تعاونی‌های روستایی بود. نتایج پژوهش‌های نشان داد که رابطه نزدیکی بین تعاونی‌ها و کارآفرینی وجود دارد و در حقیقت کارآفرینی به منزله یکی از پیش‌شرط‌های اصلی موفقیت تعاونی‌های روستایی به‌شمار می‌رود. تعاونی‌ها می‌توانند با بهره‌گیری از عناصر کارآفرینی مانند خلاقیت، نوآوری، شناسایی و بهره‌گیری از فرصت‌ها و ریسک‌پذیری، کارایی و اثربخشی خود را افزایش داده و به شکل موفق‌تری عمل نمایند. بر این اساس، ضروری است تا زمینه‌ها و حمایت‌های

*مسئول مکاتبه: rohollahrezaei@yahoo.com

لازم از جمله مالی، قانونی، آموزشی، مشاوره‌ای و اطلاع‌رسانی از سوی سازمان‌ها و نهادهای ذیربط برای توسعه و تقویت کارآفرینی در تعاونی‌ها صورت پذیرد.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، شرکت تعاونی، توسعه روستا

مقدمه

مهم‌ترین دستاوردهای اقتصادی و اجتماعی انسان‌ها حاصل مشارکت بوده است؛ از جمله شکل‌های حقوقی مشارکت که در مقایسه با سایر اشکال آن تأکید بیشتری بر جنبه‌های انسانی دارد، شکل‌گیری و فعالیت انسان‌ها در قالب سازمان‌های تعاونی است (وزارت تعاون، ۱۳۸۷). شرکت‌های تعاونی به سبب قایل شدن نقش فعال و مشارکت دادن اعضای خود در تمامی مراحل، به کانون‌های اصلی تبلور مشارکت اشتها یافته‌اند. تعاونی‌ها امکانات و ظرفیت‌های بالقوه‌ای در فراهم ساختن شرایط پایدار اقتصادی دارند که سبب شده است بخش قابل توجهی از اقتصاد جهانی محسوب شوند و تأمین‌کننده توسعه پایدار باشند (سرمدست، ۱۳۹۰). علی‌رغم اهمیت و جایگاه تعاونی‌ها، بررسی اولیه عملکرد آن‌ها به‌ویژه تعاونی‌های توسعه روستایی در نقاط مختلف کشور نشان دهنده آن است که به موازات رشد کمی نسبتاً مناسب، این تعاونی‌ها رشد کیفی مطلوبی نداشته‌اند و به‌خوبی نقش خود را ایفا نکرده‌اند (دنایی و همکاران، ۱۳۸۹). در این زمینه، به‌دلیل وجود برخی مشکلات در ابعاد مختلف اعم از ساختاری، محیطی/زمینه‌ای، آموزشی، قانونی و غیره، تعاونی‌های توسعه روستایی نتوانسته‌اند در میسر و قالب پیش‌بینی شده حرکت نموده و به اهداف مشخص شده در سند چشم‌انداز بیست ساله کشور دست یابند (رضائی و همکاران، ۱۳۹۰). در چنین شرایطی، بسیاری از پژوهش‌گران و صاحب‌نظران بر این باورند که توسعه کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی می‌تواند نقش اساسی در کمک به تعاونی‌ها جهت دستیابی به اهداف‌شان ایفا نماید و اهرم نیرومندی برای برون رفت از شرایط نامطلوب کنونی باشد. در واقع، اگر بخش تعاون به‌طور اعم و تعاونی‌های توسعه روستایی به‌طور اخص بخواهند به اهداف مصرح در قانون اساسی و شرایط ایده‌آل دست یابند، لازم است به بهبود عملکرد تعاونی، رفع موانع ساختاری، دستیابی به ترکیب اعضای مناسب و به‌ویژه توسعه کارآفرینی و ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه توجه جدی نمایند (دنایی و همکاران، ۱۳۸۹).

مبانی نظری: با توجه به هدف اصلی پژوهش در خصوص بررسی نقش و جایگاه کارآفرینی در توسعه تعاونی‌های روستایی، مبانی نظری مقاله حاضر در سه بخش تعاونی‌های روستایی، کارآفرینی و بررسی رابطه بین آن‌ها تنظیم شده است، به نحوی که پس از تبیین این دو مفهوم، تلاش شده است تا به بررسی نقش و جایگاه کارآفرینی در توسعه تعاونی‌های روستایی پرداخته شود.

بخش اول- تعاونی‌های روستایی

آبادانی و توسعه روستاها، همواره یکی از اهداف عالی انقلاب اسلامی بوده است. با توجه به وضعیت کنونی روستاهای کشور، یکی از اهداف دولت نیز ساماندهی امور روستایی و ایجاد بسترهای لازم جهت تحقق توسعه پایدار می‌باشد. روستاها دارای منابع کافی از نظر انسانی و طبیعی هستند که با حمایت دولت می‌توانند زیربنای توسعه روستایی را فراهم آورند. در این زمینه، ضروری است در شرایط فوق از طریق طرح‌های مناسب نسبت به بسیج منابع انسانی، مالی، ظرفیت‌های تولیدی و اقتصادی روستاها برای تسریع در توسعه پایدار روستایی اقدام گردد؛ یکی از این طرح‌ها تشکیل "تعاونی‌های روستایی" است. در تفاهم نامه وزارت کشور و وزارت تعاون در تاریخ ۱۳۸۷/۵/۷ که در راستای تحقق سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی و اهداف برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور منعقد گردید به منظور کاهش تصدی‌گری بخش‌های دولتی و تحکیم مشارکت‌های مردمی در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی، اشتغال‌زایی و توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه در سطح مناطق روستایی، کمک به عمران و آبادانی و رشد اقتصادی روستاها، کمک به اجرای برنامه‌های عمرانی و خدماتی دولت در مناطق روستایی و جلوگیری از مهاجرت روستاییان به شهرها، وزارت تعاون به برنامه‌ریزی و اقدام جهت تشکیل "شرکت‌های تعاونی روستایی" نمود (محمدی، ۱۳۹۱). مهاجرت بی‌رویه روستائیان به شهرها از سال ۱۳۴۰ تا ۱۳۷۵ به حدی بوده است که جمعیت ۳۳ درصدی شهرها طی این سال‌ها به ۶۴ درصد رسید. از مهم‌ترین علل این مهاجرت‌ها می‌توان بیکاری، درآمد پایین، نبود امکانات رفاهی در روستاها و مانند این‌ها را نام برد. از این رو برای توسعه و عمران روستاها باید همت بیشتری گمارد. تشکیل "تعاونی‌های روستایی" یکی از گام‌هایی است که در این راستا برداشته شده است. این شرکت‌ها با عضویت افراد علاقمند و واجد شرایط روستا تشکیل می‌گردد. تأمین نیازها و مایحتاج عمومی، کارآفرینی و ایجاد اشتغال، اجرای طرح‌های عمرانی، ایجاد

واحدهای تولیدی و خدماتی، خدمات آموزشی و مواردی از این دست، بخشی از فعالیت‌های این تعاونی‌ها با مشارکت مردم به شمار می‌رود (وزارت تعاون، ۱۳۸۷).

بنا به تعریف، شرکت تعاونی روستایی شرکتی است که با عضویت ساکنین واجد شرایط یک یا چند روستا به منظور تحقق اهداف موردنظر تشکیل می‌گردد. زمینه فعالیت این شرکت‌ها بسیار وسیع بوده و شامل مواردی همچون احداث واحدهای تولیدی (کشاورزی، معدن، صنعت، صنایع دستی و غیره) و خدماتی (واحدهای اقامتی، تفریحی، خدمات گردشگری، انبار نگه‌داری محصولات و غیره)، ایجاد واحدها و امکانات آموزشی، فرهنگی، هنری، تجاری و غیره، ارائه خدمات اعتباری مالی به اعضا و روستاییان و در نهایت تمامی زمینه‌های مرتبط با رشد و توسعه روستاها می‌شود (محمدی، ۱۳۹۱). بر اساس تعریفی که دفتر تشکیل و توسعه تعاونی‌ها ارائه داده است اهداف تعاونی‌های روستایی عبارتند از (وزارت تعاون، ۱۳۸۷):

- ✓ توسعه عدالت اجتماعی و مبارزه با فقر در جامعه،
- ✓ ایجاد و تقویت روحیه مشارکت و همیاری در بین روستائیان،
- ✓ کاهش مهاجرت روستائیان به شهرها،
- ✓ ایجاد و تقویت اندیشه تعاون در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی روستا،
- ✓ ارتقای سطح آموزش، بهداشت، اقتصاد، تحرک و شادابی در جامعه روستایی و
- ✓ مشارکت روستائیان در اداره روستا و کاهش تصدی دولت.

موانع و مشکلات فراروی تعاونی‌های روستایی: دهباشیان و همکاران (۱۳۹۰) به نقل از زایمل^۱ (۲۰۰۵) معتقدند که با تشکیل تعاونی‌ها، نوعی سازمان اجتماعی متوازن در جوامع روستایی شکل می‌گیرد. از طرفی، نیروهای جویای کار نیز می‌توانند با تشکیل تعاونی و ادغام سرمایه‌های فکری و مادی و تبدیل سرمایه‌های کوچک به سرمایه‌های کلان، بسیاری از نیازهای خود از جمله اشتغال را برآورده سازند، به گونه‌ای که با همیاری و همفکری مردم، توانایی‌های آن‌ها را در راستای توسعه مناطق روستایی هدایت خواهد شد. در این میان روستاییان نیز که بخش مهم و قابل توجهی از اجتماع و به نوعی بازوی اقتصادی کشور هستند، با انجام فعالیت‌های حرفه‌ای بر اساس همکاری و تعاون می‌توانند کارآیی و وضعیت اقتصادی خود را بهبود بخشند (نصیری، ۱۳۸۹). ولیکن، آنچه در

1- Zaymel

تعاونی‌های ایران دیده می‌شود، غالباً فقط عضویت در تعاونی بوده است و عملاً تعاونی‌های تشکیل شده مانند تعاونی‌های روستایی و تعاونی‌های تولید کشاورزی بدون باور عمیق و آگاهانه پس از مدتی از مسیر خود منحرف شده و اعضا ترجیح داده‌اند که به فعالیت‌های خصوصی باز گردند و به نوعی از تعاونی‌های تشکیل شده دلسرد شده‌اند (هاشمی و همکاران، ۱۳۹۰). از سوی دیگر، تحولات عصر حاضر در عرصه‌های گوناگون مانند اقتصاد، فرهنگ و روابط اجتماعی، موجب شده است که تعاونی‌ها در این دوران با شرایط جدیدی روبرو شوند به طوری که بدون سازگاری با آن‌ها نمی‌توانند به حیات خود ادامه دهند؛ تعاونی‌ها به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه با مشکلاتی چون عدم تطبیق انتظارات، عدم شفافیت سیاست‌گذاری‌ها، فقدان شرایط استاندارد محیطی و افزایش غیرطبیعی تعاونی‌ها به لحاظ کمی مواجه‌اند (عباسی و همکاران، ۱۳۸۸). در واقع در کشور ما، تعاون و گرایش به تعاونی بیشتر نه از روی نیاز و آگاهی بلکه به‌دلیل برخورداری از منافع موجود و کوتاه‌مورد توجه قرار گرفته است (امینی و رضایی، ۱۳۸۵). در مجموع نتایج پژوهش‌های گوناگون در ایران در حوزه بررسی عملکرد شرکت‌های تعاونی و عوامل مؤثر در آن نشان می‌دهد که این شرکت‌ها عموماً عملکرد ناموفقی داشته‌اند (عباسی و همکاران، ۱۳۸۸). در این زمینه، رضایی و همکاران (۱۳۹۰) تأکید دارند که به‌دلیل وجود برخی مسائل و مشکلات فراروی تعاونی‌های روستایی در ابعاد مختلف اعم از ساختاری، محیطی / زمینه‌ای، آموزشی، قانونی و غیره، این تعاونی‌ها نتوانسته‌اند در مسیر و قالب پیش‌بینی‌شده حرکت نموده و به اهداف مشخص شده در سند چشم‌انداز بیست ساله کشور دست یابند (رضایی و همکاران، ۱۳۹۰). در واقع، علی‌رغم توجه جدی به نقش تعاونی‌های روستایی و رشد کمی نسبتاً مناسب، این تعاونی‌ها رشد کیفی مطلوبی نداشته‌اند و به‌خوبی نقش خود را ایفا نکرده‌اند (حسین‌پور و زارعی‌وش، ۱۳۸۹) و نتوانسته‌اند به نقش مؤثر خود عمل کرده و جایگاه واقعی خود را در مسیر اهداف‌شان پیدا نمایند (عباسی و همکاران، ۱۳۸۸).

بخش دوم- کارآفرینی

مفهوم واژه کارآفرینی: واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی "Entreprendre" به معنای بر عهده گرفتن یا "متعهد شدن" نشأت گرفته است (سیدنقوی و عبدالله‌پور، ۱۳۸۹). بنابر تعریف واژه‌نامه دانشگاهی ویستر "کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند." فرهنگی و صفرزاده (۱۳۸۶) واژه کارآفرینی را متشکل از سه جزء زیر می‌دانند:

جدول ۱- اجزای تشکیل دهنده واژه کارآفرینی سازمانی.

French	فارسی	English
Entre:	وارد شدن	=Enter
Pre:	پیش، قبل	=Before
Neur:	هسته و کانون جسارت	=Nerve Center

در فارسی این اصطلاح ابتدا "کارفرمایی" و سپس "کارآفرینی" ترجمه شده است، که البته شاید هر دو ترجمه مناسبی برای این واژه نباشند؛ به نظر می‌رسد بهتر بود این واژه به "ارزش آفرین" ترجمه می‌شد (ذبیحی و مقدسی، ۱۳۸۵).

تعاریف کارآفرینی از دیدگاه‌های مختلف: کارآفرینی موضوع جدیدی در علوم اجتماعی نیست، با این حال، مانند دیگر مفاهیم انسانی و مدیریتی، دارای یک تعریف قطعی و مشخص نمی‌باشد و درک کامل از آن نیازمند داشتن دیدگاهی بین‌رشته‌ای^۱ است (ذبیحی و مقدسی، ۱۳۸۵). البته مفهوم کارآفرینی در عرصه وسیعی از چشم‌اندازهای علمی در رشته‌های مختلفی از روان‌شناسی گرفته تا اقتصاد به‌طور عمیق مورد مطالعه قرار گرفته است. در مکالمات رایج، کارآفرینی را با شروع کسب و کار جدید مرتبط می‌دانند، اما این کاربرد برای این واژه‌ای که از معانی بسیار و عمیقی برخوردار است، بسیار ضعیف است. واژه کارآفرین در قرن هفدهم و هجدهم از اقتصاد فرانسه وارد شده است، در زبان فرانسوی این واژه به معنای فردی است که مسئولیت انجام یک فعالیت مهم را بر عهده می‌گیرد. به‌طور روشن‌تر، کاربرد این واژه زمانی است که قصد شناسایی افراد ریسک‌پذیر و افرادی که از طریق پیدا کردن راه‌های بهتر و جدیدتر برای انجام کارها، موجب پیشرفت اقتصادی می‌شوند، باشد (پرداختچی و شفیع‌زاده، ۱۳۸۴). در مجموع، تعاریف بسیار متعددی در زمینه کارآفرینی وجود دارد ولی با این حال بسیاری از ابعاد وجودی آن مبهم باقی‌مانده است. با نگاهی به ادبیات کارآفرینی مشخص می‌شود که تعاریف کارآفرینی از تأکید بر عمل کارآفرینی به سوی تأکید بر ویژگی‌های کارآفرینی حرکت کرده‌اند (علم‌بیگی، ۱۳۸۶). در زیر به برخی از مهم‌ترین تعاریف کارآفرین و کارآفرینی اشاره شده است:

1- Interdisciplinary viewpoint

✓ علم بیگی (۱۳۸۶) به نقل از کیو^۱ (۱۹۹۵)، کارآفرینی را فرآیند انجام کاری جدید و متفاوت برای ایجاد ثروت و اضافه کردن ارزش به اجتماع تعریف می‌کند. در تعریف وی به سه جنبه از کارآفرینی توجه شده است: خلاقیت (کار جدید)، نوآوری (کاری متفاوت)، و ارزش.

✓ هیسریچ و پیترز^۲ (۲۰۰۲) کارآفرینی را فرآیند خلق چیزی متفاوت و با ارزش از طریق اختصاص زمان و تلاش لازم برای آن می‌دانند؛ با فرض همراه بودن ریسک‌های مالی، روانی و اجتماعی و نیز دریافت پاداش‌های مالی، روانی و اجتماعی و نیز دریافت پاداش‌های مالی و رضایت فردی.

✓ مقیمی (۱۳۸۳) معتقد است که کارآفرینی عبارت است از فرآیندی که در آن فرصت‌ها به وسیله افراد (برای خودشان یا برای سازمان‌هایی که در آن کار می‌کنند)، تعقیب می‌شود.

✓ احمدپورداریانی (۱۳۸۱) معتقد است کارآفرین فردی است که دارای ایده نو و جدید است و از طریق فرآیند تأسیس و ایجاد یک کسب و کار و قبول مخاطره، محصول یا خدمات جدیدی را به جامعه ارائه می‌کند.

✓ رضائیان (۱۳۹۰) کارآفرینی را شکار فرصت‌ها به وسیله افراد، به‌طور انفرادی (کارآفرینی مستقل) یا در سازمان‌ها (کارآفرینی سازمانی)، بدون در نظر گرفتن منابع موجود در اختیار آن‌ها تعریف کرده است. کارآفرینی پدیده موقعیتی است و فرد کارآفرین انسانی نوآوری است که با ذهنیت مثبتی که دارد، فرصت‌های سودآور و کشف نشده را تشخیص می‌دهد و می‌کوشد تا ترکیب‌های جدیدی از منابع کمیاب را ارائه کند و با پذیرش خطرهای ناشی از ابتکارات خویش، با تلاش‌هایی که انجام می‌دهد خود و جامعه را بهره‌مند سازد.

اهمیت و ضرورت کارآفرینی: کارآفرینی مقوله بسیار مهمی است که امروزه بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه به آن توجه جدی مبذول می‌دارند. در این جوامع، کارآفرینی تبدیل به ابزار نیرومندی در جهت ایجاد فرصت‌های مناسب شده که بهره‌گیری از آن‌ها می‌تواند باعث رفع مشکلاتی همچون بحران اشتغال، کمبود نیروی انسانی خلاق و پویا، پایین بودن بهره‌وری، کاهش کیفیت محصولات و خدمات و رکود اقتصادی رقابت شود (Fogel, et al., 2005). در واقع، کارآفرینی مفهومی عینی و عملی است که ریشه‌ای به درازای تاریخ بشر دارد و همزمان با آغاز زندگی انسان روی زمین و تلاش برای کسب درآمد و تأمین مایحتاج زندگی، پا به عرصه وجود گذاشته

1- Kao

2- Histrich and Peters

است، اما طرح این مقوله به عنوان یک مفهوم علمی سابقه چندانی ندارد (سعیدی مهرآباد و مهتدی، ۱۳۸۷).

تأمل در وضعیت اقتصادی و روند مراحل پیشرفت در کشورهای پیشرفته و در حال توسعه که به موضوع کارآفرینی توجه نموده‌اند، نشانگر آن است که این کشورها توانسته‌اند به پیشرفت‌های چشمگیری در زمینه‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی دست یابند و یا حداقل بحران‌های پیش آمده را به سلامت پشت سرگذاشته و بحران‌های آینده را مهار نمایند. از جمله این کشورها می‌توان ایالات متحده، کشورهای اتحادیه اروپا، کشورهای جنوب شرقی آسیا، چین، برخی کشورهای آمریکای لاتین و آفریقایی و اقیانوسیه را نام برد (علم بیگی، ۱۳۸۶). از طرفی، نتایج مطالعات انجام گرفته در خصوص کارآفرینی در دهه‌های اخیر بیانگر آن است که به‌طور شگفت‌انگیزی میان کارآفرینی و بازده اقتصادی رابطه وجود دارد و کارآفرینی یک عملکرد بسیار مهم و ویژه در اقتصاد نوین دارد (گرچی و سمیعی، ۱۳۸۷). در کشور ما تا شروع برنامه سوم توسعه، توجه جدی و زیادی به کارآفرینی نشده بود، حتی در محافل علمی و دانشگاهی نیز به جز چند مورد نادر، فعالیت و پژوهش چشمگیری در این زمینه ملاحظه نمی‌شود. با حادث شدن مشکلاتی نظیر بیکاری، در تدوین برنامه سوم توسعه موضوع کارآفرینی مورد توجه بیشتری قرار گرفت و در سطح وزارتخانه‌های علوم، تحقیقات و فناوری، بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، جهاد کشاورزی، و بسیاری از وزارتخانه‌ها و مؤسسات دیگر به دلیل ارتباط با فعالیت‌های آن‌ها مطرح شد (سلجوقی، ۱۳۸۷). با توجه به لزوم اهمیت دادن به مقوله کارآفرینی به منظور رفع بحران بیکاری در کشور، لازم است که با توجه به نظام اقتصادی و چشم‌انداز آینده، ساختارهای مناسب جهت توسعه کارآفرینی نیز به کارآفرینان معرفی گردد (دهباشیان و همکاران، ۱۳۹۰). نیم‌نگاهی به وضعیت جهانی اقتصاد، ما را به سوی این باور می‌کشاند که رشد کارآفرینی و فرهنگ کارآفرینانه به شرطی که هنرمندان با فرهنگ، امکانات، توانایی و سلیقه ایرانی آمیخته شود، تنها راه بهبود اقتصاد بیمار کشور است (دهقان‌پور فراشاه، ۱۳۸۱).

انواع کارآفرینی: فرهنگی و صفرزاده (۱۳۸۶)، کارآفرینی را در انواع زیر دسته‌بندی می‌کنند:

۱. کارآفرینی مستقل
۲. کارآفرینی سازمانی
۳. کارآفرینی شرکتی
۴. کارآفرینی دولتی
۵. کارآفرینی از راه دور
۶. کارآفرینی ارزشی (اجتماعی)
۷. کارآفرینی اطلاعاتی
۸. کارآفرینی زوجی
۹. کارآفرینی تکنولوژیکی
۱۰. کارآفرینی زنان.

از میان دسته‌بندی‌های گوناگونی که در خصوص کارآفرینی به‌عمل آمده است، تقسیم‌بندی کورنوال و پرلمن^۱ کاربرد بیشتری دارد؛ بر اساس این تقسیم‌بندی به‌طور کلی کارآفرینی در قالب سه شکل عمده تقسیم‌بندی می‌شود (ذبیحی و مقدسی، ۱۳۸۵):

۱- کارآفرینی فردی^۲: هیسریچ و پیترز (۲۰۰۳)، کارآفرینی فردی را فرآیندی می‌دانند که در آن فردی با اتکاء به منابع مالی غالباً شخصی و متکی بر ویژگی‌های شخصیتی نظیر فعالیت، ریسک‌پذیری و اهل عمل بودن، اقدام به تأسیس یک کسب و کار جدید می‌نماید و آن را تا رسیدن به موفقیت هدایت می‌کند. به کارآفرینی فردی، کارآفرینی شخصی، مستقل و یا آزاد نیز گفته می‌شود.

۲- کارآفرینی درون سازمانی^۳: کارآفرینی درون سازمانی، مسئولیت به ثمر رساندن یک خلق نوآورانه در درون سازمان است. به‌عبارت دیگر، کارآفرینی درون سازمانی فرآیندی است که در آن محصولات یا فرآیندهای نوآوری شده از طریق ابقاء و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان از قبل تأسیس شده به ظهور می‌رسند. به این نوع کارآفرینی، کارآفرینی در قالب کارکنان سازمان هم گفته می‌شود.

۳- کارآفرینی سازمانی یا سازمان‌های کارآفرینانه^۴: کارآفرینی سازمانی به معنای ایجاد فرآیند کارآفرینی در داخل سازمان با استفاده از خصوصیات هم‌چون روحیه پشتکار، ریسک‌پذیری، خلاقیت و نوآوری می‌باشد که طی آن گروهی از افراد درون سازمان تبدیل به موتور توسعه آن می‌گردند. به‌عبارت دیگر، کارآفرینی سازمانی به مفهوم تعهد یک سازمان بر ایجاد و تولید محصولات و خدمات جدید، فرآیندهای تازه و نظام سازمانی نوین است. به‌این نوع کارآفرینی، کارآفرینی شرکتی، کارآفرینی دولتی یا سازمان کارآفرین نیز اطلاق می‌شود.

بخش سوم - جایگاه و نقش کارآفرینی در تعاونی‌های روستایی

همان‌طور که اشاره شد شرکت‌های تعاونی به‌ویژه در سطح مناطق روستایی با مشکلات بسیاری روبرو هستند که اکثر آن‌ها قابل حل می‌باشند. نتایج پژوهش‌های مختلف بیانگر آن است که آموزش و توسعه کارآفرینی می‌تواند تعاونی را در حل این مشکلات یاری کند؛ برای نمونه، نتایج ارزیابی تأثیر دوره‌های آموزش کارآفرینی بیانگر آن است که این دوره‌ها مهارت کارآفرینی شرکت‌کنندگان را افزایش می‌دهند (دنیایی و همکاران، ۱۳۸۹). در واقع، تعاونی‌ها که ارزش‌افزایی اجتماعی آن‌ها

1- Cronwall and Perlman

2- Individual entrepreneurship

3- Intrapreneurship

4- Entrepreneurial organization

به‌خوبی شناخته شده است و بستری برای اقدام جمعی به‌حساب می‌آیند، به‌خوبی با کارآفرینی هم‌سو و سازگار هستند (عباسی و همکاران، ۱۳۸۸). تعاون بستر مناسبی برای کارآفرینی و کارآفرینی به منزله یکی از پیش‌شرط‌های موفقیت تعاونی بوده و میان این دو رابطه محکمی وجود دارد. تعاونی می‌تواند با بهره‌گیری از فاکتورهای کارآفرینی مانند خلاقیت، نوآوری، شناسایی و بهره‌گیری از فرصت‌ها و ریسک‌پذیری موفق‌تر عمل کند. تعاونی کارآفرین، شرکتی است اقتصادی-اجتماعی، پویا، انعطاف‌پذیر و متشکل از افرادی با اعتماد به نفس بالا، خلاق، ریسک‌پذیر، فرصت‌گرا، پرتلاش و پشتکار و متعهد که بر مبنای تعاون و همیاری و دموکراسی تشکیل می‌گردد. از آن‌جا که نتایج مطالعات مختلف بیانگر این مطلب است که یکی از مهم‌ترین اهداف توسعه اقتصادی، اشتغال‌زایی است و مهم‌ترین سازوکار آن، کارآفرینی و ایجاد تعاونی است، تقویت ظرفیت فرهنگ تعاون و نظام تعاونی در یک جامعه (از جمله مهارت‌ها و انگیزه‌های استفاده از فرصت‌ها)، تأثیر به‌سزایی در ارتقای سطح فعالیت‌های کارآفرینی خواهد داشت (فاضل‌بیگی و یآوری، ۱۳۸۸). تعاونی‌های فعال در حوزه تعاون نوعی سازمان اجتماعی-اقتصادی می‌باشند که به لحاظ سازوکارهای ویژه خود ضمن ایجاد عدالت اجتماعی با پیشگیری از تمرکز ناعادلانه ثروت، با قراردادن مدیریت در اختیار نیروی کار و بهره‌وری مستقیم یعنی ایجاد ارتباط سالم بین تولید و مصرف، موجب حذف واسطه‌های غیرضروری و کاذب از ساختار اقتصادی جامعه شده و با ایجاد کارآفرینی و اشتغال سالم، بار ارزشی-اقتصادی خود را در جامعه به اثبات می‌رسانند (مهرنگار و حسینی‌نیا، ۱۳۸۸). آنچه مسلم است بخش تعاون می‌تواند به منزله یکی از مؤثرترین نهادها، گام مثبتی در راستای ایجاد فضای مناسب برای افزایش منابع ملی، کاهش نرخ بیکاری، تعادل ساختاری و توسعه شهرها و روستاها بوده و با توجه به سیاست‌های اصل ۴۴، روحیه کارآفرینی را ترویج نماید. تعاونی‌های کارآفرین را می‌توان یکی از ابزارها و راهکارهای اساسی در افزایش و گسترش فرصت‌های اشتغال، افزایش سطح درآمد کشاورزان، ارتقای بهره‌وری کشاورزی و سرعت‌بخشی به روند توسعه کشاورزی به‌شمار آورد (شریعت‌زاده و همکاران، ۱۳۹۰). آنچه مسلم است تعاونی جایگاه مناسبی است که می‌تواند روحیه کارآفرینی را در افراد تقویت نموده و در شکوفایی ویژگی‌های مثبت آنان نقش به‌سزایی داشته باشد (رحیمی و واحدچوکده، ۱۳۸۷). به هر حال، یکی از راهکارهای پیشنهادی برای کاهش بیکاری، تأسیس و فعال نمودن تشکلهای تولیدی به‌طور خاص تعاونی در روستاها و توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه در آن‌ها است (Pirich, et al., 2001). بدیهی است اگر بخش تعاون به‌ویژه تعاونی‌های روستایی بخواهد به اهداف مصرح در قانون اساسی و در واقع

شرایط ایده‌آل دست یابد، لازم است به بهبود عملکرد تعاونی، ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه، رفع موانع ساختاری، دستیابی به ترکیب اعضای مناسب و غیره توجه جدی نماید (دنیایی و همکاران، ۱۳۸۹). در این زمینه، بسیاری از پژوهش‌گران و صاحب‌نظران بر این باورند که توسعه کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی می‌تواند نقش اساسی را در کمک به تعاونی‌ها جهت دستیابی به اهداف‌شان ایفا نماید (حسین‌پور و زارعی‌وش، ۱۳۸۹) و اهرم نیرومندی برای برون‌رفت از شرایط نامطلوب کنونی باشد (انصاری و سلمانی‌زاده، ۱۳۸۸).

از طرفی، امروزه صاحب‌نظران بین‌المللی بر این عقیده‌اند که به‌طور ویژه و مشخص باید به امر توسعه روستاها و ریشه‌کنی فقر گسترده موجود در آن‌ها پرداخت؛ در این میان، مقوله تعاون روستایی و کارآفرینی روستایی جایگاه و اهمیت ویژه‌ای دارند (فاضل‌بیگی و یآوری، ۱۳۸۸). در جوامع روستایی نه با اعمال زور می‌توان روستاییان را وادار به مشارکت مستمر در اداره امور روستا نمود و نه با تطمیع از طریق اعطای امتیازهای مادی. تنها راه ترغیب روستاییان به مشارکت در اداره امور روستا عبارت است از تفهیم لزوم و فایده همکاری و مشارکت در تصمیم‌گیری‌های حیاتی روستا (میرزایی و همکاران، ۱۳۹۰). در واقع، یکی از مناسب‌ترین ساختارها و سازمان‌هایی که می‌تواند کارآفرینان را در خود جای دهد و آنان را به سر منزل مقصود برساند، بخش "تعاونی" است؛ زیرا اکثر نیروهای بیکار جامعه فعلی ایران به‌ویژه تحصیل‌کرده‌ها و دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها فاقد سرمایه کافی برای آغاز فعالیت‌های اقتصادی و ایجاد منبع درآمد و زمینه شغلی می‌باشند (دهباشیان و همکاران، ۱۳۹۰). البته توجه به این نکته نیز دارای اهمیت است که دولت‌ها باید حمایت‌های لازم را از جنبه‌های مختلف سیاسی و اقتصادی از تعاونی‌ها و کارآفرینی در تعاونی به‌عمل آورند، زیرا حمایت‌های اقتصادی از حامیان اصلی افزایش سطوح فعالیت‌های تعاون و کارآفرینی هستند (فاضل‌بیگی و یآوری، ۱۳۸۸). در ارتباط با دلایل تمایل تعاونی‌ها برای توسعه کارآفرینی، یافته‌ها نشان می‌دهند که تمامی شرکت‌ها به تعاونی کارآفرین نیاز ندارند؛ بعضی از شرکت‌ها کسب و کار خود را به نحو احسن و مؤثر و برنامه‌ریزی شده به پیش می‌برند، اما بعضی دیگر به یک شوک و القای خلاقیت نیاز دارند. خصوصاً اگر آن‌ها در محیط‌های نا آرام و محیط‌هایی که دچار تغییرات سریع و آنی شده‌اند کار می‌کنند، زیرا چنین محیط‌هایی غیرقابل پیش‌بینی هستند و برنامه‌ریزی برای آن‌ها مبهم است. خودباوری، ریسک‌پذیری، انگیزه پیشرفت، خلاقیت و غیره از ویژگی‌های کارآفرینی در بخش تعاونی است و انتظار می‌رود که با وجود مشکلات محیطی، موانع فعالیت را از سر راه بردارند (مقصودی و داوودی، ۱۳۸۸).

الزامات توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های روستایی

فعالیت‌های کارآفرینانه مشابه هر برنامه و فعالیت اجتماعی و اقتصادی دیگری، برای برزو و ظهور خود نیازمند فراهم‌سازی زمینه‌ها و پیش‌شرط‌هایی می‌باشند. در این خصوص، برنامه توسعه سازمان ملل متحد در گزارش خود، توسعه کارآفرینی را منوط به شکل‌گیری زیرساخت‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و انجام اصلاحات اقتصادی می‌داند. در مجموع، برای تحقق کارآفرینی در سازمان‌های مختلف از جمله تعاونی‌ها، ایجاد شرایط زیر الزامی می‌باشد (سعدی، ۱۳۸۷):

۱. توسعه فرهنگ کارآفرینی در جامعه روستایی،
۲. آموزش کارآفرینی در تعاونی‌های روستایی،
۳. وجود فضا و محیط فیزیکی کافی برای توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه در تعاونی‌های روستایی،
۴. وجود سرمایه انسانی و ایجاد فضای مشارکتی در تعاونی‌ها روستایی،
۵. وجود نهادها و سازمان‌های حمایت‌کننده از توسعه کارآفرینی در تعاونی‌ها،
۶. توسعه زیرساخت‌های لازم در مناطق روستایی و ایجاد انگیزه پیشرفت در روستاییان، و
۷. تدوین و اجرای قوانین و مقررات مناسب به‌منظور حمایت از تعاونی‌های کارآفرین.

نتیجه‌گیری

بدون تردید، توسعه کارآفرینی نیازمند شناسایی ساختارهای مناسب و راهکارهای مؤثری است که بتوانند شرایط لازم برای تحقق کارآفرینی در سطح کل آحاد جامعه را فراهم آورند. در این میان، تأسیس و فعال نمودن تعاونی‌ها و توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه در آن‌ها، راه‌حل مناسبی در راستای توسعه فعالیت‌های کارآفرینی و تحقق عدالت اجتماعی محسوب می‌شود. تعاونی‌ها یک اهرم مناسب برای توسعه اقتصادی به‌شمار می‌آیند که همگام با سیاست‌های دولت می‌توانند در توسعه کارآفرینی، افزایش تولید، ارتقای سطح درآمد و بهبود وضعیت اجتماعی مردم مؤثر باشند. به‌طور کلی بر اساس مطالب اشاره شده در بخش‌های قبلی می‌توان بیان داشت که بین کارآفرینی و فعالیت تعاونی‌ها به‌ویژه در سطح مناطق روستایی ارتباط مستقیمی وجود دارد و همچنان که تعاونی‌ها به‌دلیل برخورداری از مشخصه‌هایی همچون عضویت آزاد و اختیاری، کنترل دموکراتیک، سود محدود سرمایه، مازاد درآمد و آموزش و همکاری میان اعضا و غیره بستر مناسبی برای توسعه کارآفرینی فراهم می‌نمایند، در مقابل، توسعه کارآفرینی نیز به منزله یکی از پیش‌شرط‌های اصلی موفقیت شرکت‌های تعاونی محسوب

می‌گردد. نتایج تحقیقات و پژوهش‌های متعدد صورت گرفته در کشورهای مختلف نشان داده است که اشتغال‌زایی در سطوح محلی، توسعه کاربری‌های صنعتی و تجاری و توزیع جغرافیایی بازارها، جلوگیری از افزایش قیمت محصولات، کاهش هزینه‌های تولید و توسعه بخش کشاورزی، توزیع بهینه کالاها و خدمات، برقراری ارتباط مؤثر بین صنعت و کشاورزی، رونق فعالیت‌های کشاورزی و تخصیص عادلانه منابع، ایجاد تنوع در اقتصاد روستایی، بسترسازی لازم به‌منظور افزایش ثروت روستاییان، تسهیل توزیع کالاهای تولیدی صنعتی و غیره از اثرات و پیامدهای عمده توسعه و گسترش کارآفرینی در تعاونی‌های فعال در مناطق روستایی به‌شمار می‌روند. با در نظر گرفتن ایجاد چنین اثرات مثبتی در سطح مناطق روستایی، ضروری است تا شرایط و زمینه‌های لازم برای حمایت و توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های روستایی از سوی نهادها و سازمان‌های مختلف فراهم گردد. در این زمینه برخی از مهم‌ترین برنامه‌ها و اقدامات حمایتی از شرکت‌های تعاونی را می‌توان در قالب موارد زیر خلاصه نمود (مقصودی و داوودی، ۱۳۸۸):

- ۱- حمایت‌های مالی: تسهیلات مالی جهت ارتقاء کیفیت تولیدات، تسهیلات مالی جهت افزایش بهره‌وری، تسهیلات مالی جهت ایجاد واحد در مناطق محروم، تسهیلات مالی جهت رفع نیازهای نقدینگی، تسهیلات مالی جهت خرید مواد اولیه و تسهیلات مالی جهت صادرات تولیدات؛
- ۲- حمایت‌های قانونی: حمایت از بهبود فضای کسب و کار و اصلاح قوانین و مقررات مرتبط، حمایت از توسعه فناوری، اعطای معافیت‌های مالیاتی برای شرکت‌های تازه تأسیس و حمایت قانونی برای ایجاد فرصت‌های صادراتی؛
- ۳- حمایت‌های آموزشی: آموزش‌های سطوح مدیریت، آموزش‌های مرتبط با استاندارد کردن محصولات و خدمات، آموزش‌های مربوط به کنترل کیفی محصولات، آموزش‌های اصول اداره شرکت، آموزش‌های بازاریابی و صادرات، آموزش‌های روش‌های تأمین سرمایه و آموزش مقررات تجاری و مالی؛
- ۴- حمایت‌های مشاوره‌ای: ارائه خدمات مشاوره مدیریت، ارائه خدمات مشاوره مالی، ارائه خدمات مشاوره تجاری، ارائه خدمات مشاوره بازاریابی و ارائه خدمات مشاوره حقوقی؛
- ۵- حمایت‌های اطلاع‌رسانی: خدمات اطلاع‌رسانی تجاری، خدمات اطلاع‌رسانی مدیریت، خدمات اطلاع‌رسانی فنی و معرفی فناوری‌های جدید به شرکت‌های تعاونی با تأکید بیشتر در سطح نواحی روستایی به‌دلیل دسترسی کمتر آن‌ها به فناوری‌های جدید.

سپاسگزاری

اعتبار این طرح از طرف معاونت امور تعاون وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی تأمین گردیده است که بدین وسیله از مساعدت و همکاری آن معاونت محترم تشکر و قدردانی می‌نماید.

منابع

۱. احمدپور داریانی، م. ۱۳۸۱. کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها. انتشارات پردیس، تهران.
۲. امینی، ا. م.، رضائی، م. ۱۳۸۵. بررسی عوامل مؤثر در موفقیت شرکت‌های تعاونی کشاورزی مرغداران گوشتی استان اصفهان. فصلنامه تولید و فرآوری محصولات زراعی و باغی، ۱۰(۱): ۱۲۱-۱۳۶.
۳. انصاری، م.ت.، سلمانی‌زاده، ع. ۱۳۸۸. نوآوری در سازمان‌ها بر مبنای کارآفرینی سازمانی، مجله راهبرد یاس، ۱۸: ۱۸۵-۱۶۷.
۴. حسین‌پور، د.، زارعی وش، ف. ۱۳۸۹. الگوی کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی اداره کل تعاون استان تهران)، فصلنامه تعاون، ۲۱(۴): ۱۷۱-۱۹۴.
۵. دنیایی، ح.، یعقوبی، ج.، رجایی، ی. ۱۳۸۹. عوامل مؤثر بر تقویت و توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی استان زنجان، فصلنامه تعاون، ۲۱(۳): ۱۱۱-۱۲۵.
۶. دهباشیان، س.، سپیدنم، ق.، کشتگری، م.، اکبریان، ر. ۱۳۹۰. تسهیلات تکلیفی بخش تعاون در ایجاد فرصت‌های شغلی طی برنامه سوم، مطالعه موردی استان خراسان رضوی، فصلنامه تعاون، ۲۰: ۱-۲۰.
۷. دهقان‌پور فرشته، ع. ۱۳۸۱. کارآفرینی و کارآفرینان، تعاریف و ویژگی‌ها، فصلنامه صنایع، ۳۳: ۱۲-۲۴.
۸. ذبیحی، م. مقدسی، ع. ۱۳۸۵. کارآفرینی از تئوری تا عمل. انتشارات فردا، مشهد.
۹. رضائی، ر.، قلی‌فر، ا.، صفا، ل. ۱۳۹۰. تحلیل موانع توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های دهیاری استان زنجان، اولین همایش دانش محوری در مدیریت پایدار علوم کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان، گرگان.
۱۰. رضائیان، ع. ۱۳۹۰. مبانی سازمانی مدیریت (چاپ پانزدهم). انتشارات سمت، تهران.
۱۱. سرمست، ک. ۱۳۹۰. بررسی ظرفیت‌های اقتصادی اجتماعی تعاونی‌ها در برقراری توسعه پایدار، فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۸: ۱۵۳-۱۲۳.

۱۲. سعیدی مهرآباد، م.، مهتدی، م.م. ۱۳۸۷. تأثیر آموزش کارآفرینی بر توسعه رفتارهای کارآفرینانه (مطالعه موردی: آموزش‌های کارآفرینی وزارت کار و امور اجتماعی)، فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۲۱(۲): ۵۷-۷۳.
۱۳. سلجوقی، م. ۱۳۸۷. کارآفرینی ایجاد و توسعه کسب و کار جدید. انتشارات خدمات فرهنگی کرمان، کرمان.
۱۴. سیدنقوی، م.ع.، عبدالله‌پور، م. ۱۳۸۹. رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی، فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۳(۹): ۱۲۹-۱۰۳.
۱۵. شیخ سوینی، م.، عمانی، ا.ر.، نواله نوری وندی، آ. ۱۳۹۰. تحلیل نقش تعاونی‌ها در پیشبرد کارآفرینی کشاورزی و اشتغال پایدار، قابل دسترس در: <http://sheykhsoveni.blogfa.com>
۱۶. عباسی، ر.، رسول‌زاده، ب.، عباسی، پ. ۱۳۸۸. عوامل مؤثر بر موفقیت و عدم موفقیت تعاونی‌های تولیدی استان اردبیل، فصلنامه تعاون، ۲۰(۲۱۰ و ۲۱۱): ۷۱-۹۰.
۱۷. علم‌بیگی، ا. ۱۳۸۶. بررسی و تبیین نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات بر توسعه کارآفرینی سازمانی در سازمان ترویج کشاورزی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی، گروه ترویج و آموزش کشاورزی.
۱۸. فاضل‌بیگی، م.م.، یاور، غ. ۱۳۸۸. تعاون روستایی سرآغازی بر توسعه کارآفرینی، فصلنامه تعاون، ۲۰(۲۰۴ و ۲۰۵): ۶۲-۴۱.
۱۹. فرهنگی، ع.، صفرزاده، ح. ۱۳۸۶. کارآفرینی: مفاهیم، نظریه‌ها، مدل‌ها و کاربردها. انتشارات مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، تهران.
۲۰. قهرمانی، م.، پرداختچی، م.ح.، حسین‌زاده، ط. ۱۳۸۹. فرهنگ سازمانی و رابطه آن با کارآفرینی سازمانی، فصلنامه چشم‌انداز مدیریت دولتی، ۱: ۳۹-۲۵.
۲۱. گرجی، م.ب.، سمیعی، ر. ۱۳۸۷. بررسی رابطه میان واگذاری فعالیت‌های دولتی و توسعه بستر کارآفرینی سازمانی، فصلنامه فرهنگ مدیریت، ۶(۱۸): ۹۵-۱۲۱.
۲۲. محمدی پابند، م. ۱۳۹۱. شناسایی و تحلیل سازوکارها و موانع توسعه کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های توسعه روستایی استان زنجان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه زنجان، دانشکده کشاورزی، گروه ترویج، ارتباطات و توسعه روستایی.

۲۳. مقصودی، ط.، داوودی، ه. ۱۳۸۸. حمایت از توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های تولید کشاورزی، قابل دسترس در: www.saramadan1404.ir/
۲۴. مقیمی، م. ۱۳۸۳. کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی: پژوهشی در سازمان‌های غیردولتی. انتشارات دانشگاه تهران. تهران.
۲۵. مهرنگار، س.، حسینی‌نیا، غ. ۱۳۸۸. شناسایی نیازهای آموزشی مدیران عامل تعاونی‌های مرغداری و عوامل مؤثر بر آن؛ مطالعه موردی مرغداران استان خراسان رضوی، فصلنامه تعاون و کشاورزی، ۲۰ (۲۹۷): ۱۷-۲۸.
۲۶. میرزایی، آ.، میردامادی، س.م.، حسینی، س.م.، سجادی، ا. ۱۳۹۰. تأثیر ابزارهای ترویجی و منابع اطلاعاتی بر مشارکت کشاورزان استان گلستان در تعاونی‌های آب‌بران، فصلنامه تعاون، ۲۲(۵): ۳۴-۴۲.
۲۷. نصیری، ا. ۱۳۸۹. آثار تشکیل تعاونی‌های تولید کشاورزی بر بهبود شاخص‌های توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی اعضا (مطالعه موردی روستاهای شهرستان زنجان)، فصلنامه روستا و توسعه، ۱۳(۳): ۱۴۵-۱۲۷.
۲۸. هاشمی، ف.، ملک محمدی، ا.، موحد محمدی، ح. ۱۳۹۰. عوامل مؤثر بر میزان مشارکت اعضا در تعاونی‌های تولید کشاورزی استان تهران، فصلنامه تعاون، ۲۲(۵): ۶۶-۴۷.
۲۹. وزارت تعاون. ۱۳۸۷. تفاهم‌نامه همکاری مشترک وزارت تعاون و وزارت کشور در خصوص توسعه تعاونی‌ها در مناطق روستایی کشور. وزارت تعاون، ۱۳۸۷.
۳۰. رحیمی، ش. ۱۳۸۷. تبیین جایگاه تعاونی‌ها در موفقیت کارآفرینان، ماهنامه تعاون، ۱۹۶: ۷۰-۸۰.
۳۱. سعدی، ح. ۱۳۸۷. بررسی چالش‌های تعاونی‌های تولید کشاورزی در کارآفرینی و ایجاد اشتغال، ماهنامه تعاون، ۲۱(۱۹۶): ۱۵۷-۱۶۵.
۳۲. شریعت‌زاده، م.، خدابخشی، ا.، شعبانعلی فمی، حسین. ۱۳۹۰. نقش مدیریت منابع انسانی در موفقیت تعاونی‌های کارآفرین کشاورزی. مجموعه مقالات اولین کنفرانس بین‌المللی ظرفیت‌های بخش تعاون در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، جزیره کیش.

33. Pirich, A., Knuckey, S., Cambell, J. 2001. An interface between entrepreneurship and innovation. University of Alborg Publisher, Denmark.
34. Fogel, K., Hawk, A., Morck, R., Yeung, B. 2005. Institutional obstacles to corporate entrepreneurship. Oxford Handbook of Entrepreneurship, Oxford University Publisher, England.
35. Histrich, R., Peters, M. 2002. Entrepreneurship. McGraw-HillIrwin Publisher, New York.



Gorgan University of Agricultural
Sciences and Natural Resources

Journal of Entrepreneurship in Agriculture Vol. 1 (1), 2014
<http://jead.gau.ac.ir>

Study the Role of Entrepreneurship in the Development of Rural Cooperatives

***R. Rezaei**

Assistant Prof, Dept. of Extension, Communication and Rural Development,
University of Zanjan

Received: 4/2/2014 ; Accepted: 18/5/2014

Abstract

Important social and economic achievements of mankind have been the result of participation; meanwhile cooperative organizations are more important because of having more emphasis on human aspects. In fact, the cooperatives are an appropriate tool for economic development that they can increase productivity and incomes and improve people's social situation. Despite the importance of cooperatives, the preliminary review of their performance, especially in rural areas, indicates that the cooperatives have faced many problems and they have failed to achieve their predetermined goals. In such circumstances, many researchers and experts believe that development of entrepreneurship in the cooperatives can play an essential role in helping to develop and strengthen the cooperatives and resolving their different problems. Considering the importance of this issue, the main objective of this descriptive-analytic paper was to examine the role of entrepreneurship in the development of rural cooperatives. The results showed that there is a close relationship between cooperatives and entrepreneurship and indeed entrepreneurship is considered one of the main preconditions for success of rural cooperatives. The cooperatives can increase their effectiveness and efficiency and perform more successfully by using the elements of entrepreneurship, such as creativity, innovation, identifying and taking advantage of opportunities and risk taking. Accordingly, it is necessary to provide required supports including finance, legal, educational, advisory and informing from relevant organizations to develop and foster entrepreneurship in the cooperatives.

Keywords: Entrepreneurship, Cooperative, Rural Development

*Corresponding author: rohollahrezaei@yahoo.com