



دانشگاه گوارزی و منابع طبیعی گوار

نشریه کارآفرینی در کشاورزی
جلد دوم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۴
<http://jead.gau.ac.ir>

نقش تعاونی‌های کشاورزی در توسعه و ترویج کارآفرینی

*زهرا حاجی‌هاشمی^۱، رضا موحدی^۲ و حشمت‌اله سعدی^۳

^۱دانشجوی دکتری تخصصی ترویج کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان و استاد مدعو دانشگاه پیام‌نور، ^۲دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ^۳دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان
تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۶/۱۳؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۱۱/۱

چکیده

توسعه و ترویج فرهنگ کارآفرینی در بین مردم به‌خصوص قشر روستایی و کشاورزان از راهبردهایی است که امروزه اندیشمندان به آن تأکید ویژه‌ای دارند. البته این راهبرد در گذشته نیز چه آگاهانه و چه غیرآگاهانه مورد استفاده برخی دولت‌ها بوده است. ضرورت پرداختن به مقوله حساس کارآفرینی و نقش تعاونی‌های کشاورزی در توسعه و ترویج آن در شرایط کنونی جامعه ایران بیش از پیش احساس می‌شود. آنچه باعث اذعان همگان به اثربخشی این رویکرد در توسعه جوامع می‌گردد، اثرات مثبت کارآفرینی است. پژوهش حاضر، درصدد است تا نقش تعاونی‌های کشاورزی در اقتصاد کشور، اشتغال، توسعه و ترویج کارآفرینی و همچنین عوامل و شاخص‌های مؤثر بر توسعه و ترویج کارآفرینی از طریق تعاونی‌ها را مورد توجه قرار دهد. نتایج حاصل از مطالعات وسیع و گسترده کتابخانه‌ای و جستجو و بررسی منابع اینترنتی نشان داد که تعاونی‌های کشاورزی می‌توانند در اجرای فعالیت‌های کارآفرینانه‌ای از قبیل فعالیت‌های تحقیقاتی، آموزشی و مشاوره‌ای، تأمین منابع مالی، وسایل و امکانات تولید محصولات کشاورزی، تأمین وسایل موردنیاز برای صنایع دستی، و بازاریابی محصولات نقش مؤثری داشته باشند. علاوه بر این، از جمله مهم‌ترین اقدامات و فعالیت‌هایی که از طریق تعاونی‌ها باعث ترویج کارآفرینی می‌شوند، شامل سازماندهی منابع و امکانات، احداث کارگاه، خطرپذیری در فعالیت‌های تولیدی، ایجاد خوداشتغالی، خلاقیت و نوآوری در کار، ایجاد اشتغال، پیش‌بینی عرضه و تقاضا و شناسایی و برآورد نیازها می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: کشاورزی، تعاونی، ترویج کارآفرینی، توسعه کارآفرینی

*مسئول مکاتبه: Haji.hashemii@yahoo.com

مقدمه

با توجه به اهمیت و جایگاه کارآفرینی که از آن به عنوان موتور تحول اقتصاد و فرهنگ جامعه نام برده می‌شود؛ توسعه فرهنگ کارآفرینی و حمایت از کارآفرینان برای پیشرفت و ایجاد اشتغال امری ضروری به نظر می‌رسد. برای این که بتوان روحیه کارآفرینی را تقویت نمود باید نقش نهادهای دولتی را در نظر گرفت. دولت با به‌کارگیری ابزارهای حمایتی از جمله ایجاد تعاونی‌ها و تشویق مالی کارآفرینان می‌تواند مشوق عمده‌ای برای آنان باشد. تجارب فراوانی از کشورهای توسعه‌یافته نشان می‌دهد بخش عظیمی از دستاوردهای توسعه اقتصادی مدیون توسعه تعاونی‌ها به‌ویژه از طریق ایجاد کسب و کارهای کوچک با ماهیت گروهی و تعاونی بوده است. بنابراین با توجه به جایگاه خطیر بخش تعاون در کشور در ایجاد فرصت‌های شغلی مناسب برای کسب و کارهای کوچک و متوسط، به نظر می‌رسد این بخش در موقعیتی قرار گرفته است که می‌تواند از طریق آموزش‌ها و مهارت‌های تعاونی و اشاعه فرهنگ تعاون و همکاری گروهی نقشی اساسی در توسعه کارآفرینی خلاق در سطح کشور ایفا نماید (اکبرپور دباغی، ۱۳۸۸).

تعاونی‌ها به کارآفرینان امکان می‌دهند تا منابع انسانی و مالی خود را در یک جا جمع کنند و به تشکیل سرمایه بیشتر بپردازند. کارآفرینانی که شاید به تنهایی قادر به شروع یک فعالیت تجاری نبوده‌اند از راه تعاونی بهتر می‌توانند به ایجاد و توسعه کسب و کارهای جدید اقدام نمایند. مزیت‌های تعاونی برای اعضا و جامعه هم به‌صورت ملموس و هم به‌صورت ناملموس وجود دارند. مزیت‌های ملموس را می‌توان بی‌درنگ در قالب خدمات بهبودیافته، فراوانی بیشتر کالاها و قیمت‌های کم‌تر مشاهده کرد، در حالی که برای آشکار شدن مزیت‌های ناملموس ناشی از تشکیل تعاونی به گذشت زمان نیاز است. اعضا از راه تشکیل و نظارت بر تعاونی (به واسطه کمیته‌ها و هیأت مدیره) مهارت‌های رهبری، مشکل‌یابی و اعتمادسازی و خودیاری را توسعه می‌دهند. تعاونی‌ها اعضا را تشویق می‌کنند تا برای رفع مشکلات اقتصادی و اجتماعی به‌جای دولت به خود تکیه کنند. تعاونی‌ها می‌توانند از راه آموزش مستمر به اعضا کمک کنند تا کیفیت کالا و خدمات را بهبود بخشند، فناوری نوین را به خدمت گیرند و شناخت بهتری در مورد روش‌های جدید تجاری و مباحث اقتصادی به‌دست آورند. هم‌چنین، تعاونی‌ها می‌توانند با حفظ و ایجاد مشاغل محلی تأثیر چشم‌گیری بر جوامع خود بگذارند (صفوی‌مقدم و بهروان، ۱۳۹۱).

بنابراین، آنچه در شرایط کنونی ضرورت آن در جامعه بیش از پیش احساس می‌شود، پرداختن به مقوله حساس کارآفرینی و نقش تعاونی‌های کشاورزی در توسعه و ترویج آن است. به‌همین منظور پژوهش حاضر، درصدد است تا علاوه بر پرداختن به اهمیت و ضرورت کارآفرینی، اهمیت کارآفرینی در بخش تعاون و نقش تعاونی‌های کشاورزی در اقتصاد کشور، به نقش این تعاونی‌ها در توسعه و اشتغال و در ترویج کارآفرینی، عوامل و شاخص‌های مؤثر بر توسعه و ترویج کارآفرینی از طریق تعاونی‌ها پردازد.

مفهوم کارآفرینی: گارتنر (۱۹۸۸) کارآفرینی را فرآیند راه‌اندازی یک سازمان جدید نامیده است. سکستون و بومان (۱۹۹۱) کارآفرینی را فرآیند شناسایی یک فرصت در بازار و بهره‌برداری از آن از طریق جمع‌آوری منابع موردنیاز جهت راه‌اندازی و عملیاتی‌کردن آن فرصت دانسته‌اند و بیان نموده‌اند که هدف فرد از این عملیات به‌دست آوردن و دستیابی به اهداف شخصی و بلندمدت است. هنری و همکاران (۲۰۰۳) کارآفرینی را فرآیند راه‌اندازی یک کسب و کار و مدیریت و تداوم و رشد آن دانسته‌اند. مردیت و همکاران (۱۹۷۱) کارآفرین را فردی دانسته‌اند که توانایی آن را دارد تا فرصت‌های کسب کار را ببیند و آن‌ها را ارزیابی کند، منابع لازم را جمع‌آوری و از آن بهره‌برداری کند و عملیات مناسبی را برای رسیدن به موفقیت پی‌ریزی نماید. وینجی و همکاران (۲۰۰۲) بیان کرده‌اند کارآفرین کسی است که از انجام کارهای نو نمی‌ترسد و منابع لازم را برای ایجاد رشد یک فعالیت جمع‌آوری می‌کند و توجه اصلی وی بر توسعه محصولات و خدمات جدید است؛ یعنی فردی که یک فعالیت پرریسک را آغاز می‌نماید و از طریق ابزارهای نوآوری آن را بهبود می‌بخشد (پورآتشی، ۱۳۸۷).

امروزه، عنوان کارآفرین به فردی نوآور و توسعه‌دهنده اطلاق می‌شود که فرصت‌های موجود در بازار را کشف و از آنها بهره‌برداری می‌نماید. کارآفرینی توانایی به‌وجود آوردن چیزی از هیچ است. به‌عبارتی کارآفرینی مهارتی برای کشف و شناسایی فرصت‌ها از جایی است که دیگران صرفاً بی‌نظمی‌ها و نقایص آن را دیده‌اند. کارآفرینی واقعی زمانی اتفاق می‌افتد که افراد راه‌های معمولی و همیشگی تفکر و عمل را کنار گذاشته و با نگاهی نو و متفاوت راه‌ها و ایده‌های جدید را که می‌تواند پاسخگوی نیازهای مشتری و بازار باشد، به کارگیرند (احمدپور، ۱۳۸۰).

اهمیت و ضرورت کارآفرینی: امر کارآفرینی تلاشی است برای ایجاد ارزش از طریق شناخت فرصت‌های شغلی مدیریت، ریسک مناسب با آن فرصت‌ها و مهارت‌های مدیریتی و ارتباطی به‌منظور

بسیج نمودن منابع انسانی، مالی و فیزیکی که برای به ثمر رسیدن و تحقق یک هدف لازم است (حسینی‌نیا، ۱۳۸۶). کارآفرینی صرف‌نظر از اشتغال‌زایی و درآمدزایی پیامدهای دیگری مانند خلاقیت، نوآوری، توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، عدالت اجتماعی، شادزیستی، امید به زندگی، طراوت و شادابی را به دنبال دارد (رضوی، ۱۳۸۷).

به‌طور خلاصه کارآفرینی از محورهای اصلی رشد و توسعه است و از نظر برنامه‌ریزی توسعه اقتصادی و توسعه پایدار دارای اهمیت است زیرا:

- ۱- موجب ایجاد اشتغال می‌شود.
- ۲- باعث افزایش سود و سرمایه‌ی سرمایه‌گذاران می‌شود.
- ۳- موجب دگرگونی ارزش‌ها و تحول اهمیت آن‌ها می‌شود و ارزش‌های تازه‌ای به‌وجود می‌آورد.
- ۴- موجب پر شدن خلاءها و شکاف‌های بازار کار می‌شود. یعنی باتوجه به دگرگونی شرایط بازار کار و فراهم شدن فرصت‌های تازه، تصمیم‌های تازه‌ای گرفته می‌شود.
- ۵- موجب‌گذار از رکود اقتصادی، جبران عقب‌ماندگی‌های اقتصادی و آسان شدن روند رشد و توسعه کشور می‌شود.
- ۶- عوامل و شرایط لازم را برای تولید کالاها، محصولات و بازاریابی آن‌ها فراهم می‌سازد.
- ۷- کارآفرینی به‌هنگام بحران و ناتوانی بخش خصوصی در ایجاد اشتغال می‌تواند باعث جلوگیری از پس‌روی اقتصاد شود.
- ۸- باعث تأمین رفاه اجتماعی می‌شود.
- ۹- موجب رقابت صنایع به‌ویژه صنایع مشابه داخلی با یکدیگر و سرانجام موجب بهبود و بالا رفتن کیفیت کالاها می‌شود.
- ۱۰- باعث تقویت و تکامل صنایع داخلی می‌شود و بدین ترتیب، زمینه رقابت صنایع داخلی و خارجی فراهم می‌آید و سرانجام به افزایش صادرات و دریافت ارز برای کشور می‌انجامد.
- ۱۱- کارآفرینی موجب به‌وجود آمدن محصولات، خدمات، روش‌ها، سیاست‌ها، افکار و راهکارهای نو برای حل مشکلات جامعه می‌شود (پورآتشی، ۱۳۸۷).

بی‌شک روند توسعه اقتصادی در کشورهای توسعه یافته بیانگر این واقعیت است که اقتصاد تحت تأثیر کارآفرینی است. به گونه‌ای که کارآفرینان در توسعه اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته نقش محوری داشته‌اند و کشورهای توسعه‌نیافته، اهمیت آن‌را در توسعه اقتصادی نادیده گرفته‌اند. تاریخچه

توسعه اقتصادی در کشورهای توسعه یافته مستنداتی برای حمایت از این واقعیت فراهم می‌آورد که اقتصاد، تحت تأثیر کارآفرینی است. شواهدی وجود دارد که نشان می‌دهد، علت توسعه کشورهای هم‌چون آمریکا، ژاپن و آلمان کارآفرینی است. پارسون و اسملسر، کارآفرینی را شرط ضروری توسعه اقتصادی می‌دانند (عریشاهی کریزی، ۱۳۸۷).

اهمیت توسعه و ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی ایران: بخش کشاورزی در حال حاضر ۳۳۵۰ نفر شاغل را به خود اختصاص داده است که ضریب تغییرات آن در مقایسه با ۵۰ سال پیش چیزی در حد صفر است. بخش کشاورزی در ایران و اغلب کشورهای جهان به‌عنوان یک اصل مهم اشتغال‌زایی عمل می‌کند، بدین معنا که از جهت تولید و اشتغال دارای پتانسیل‌های افزایشی غیرقابل مقایسه با دیگر بخش‌های اقتصادی است. در حال حاضر رسیدن به توسعه و اشتغال در همه بخش‌ها از جمله بخش مهم کشاورزی از دغدغه‌های اصلی مسئولان در کشور ما است. لذا، توجه به توسعه کارآفرینی و نیز حمایت از کارآفرینان در این بخش ضرورتی انکارناپذیر می‌باشد. از طرفی نظر به این‌که، کشاورزی محور توسعه در ایران تلقی می‌شود، توجه به کارآفرینی در عرصه روستاها و بخش کشاورزی اهمیتی مضاعف پیدا می‌کند. در این راستا، ترویج فرهنگ کارآفرینی و ایجاد بستری مناسب برای ظهور کارآفرینان و حمایت از آن‌ها از وظایف نهادهای دولتی می‌باشد و دولت می‌بایست زمینه ظهور و رشد کارآفرینی در این بخش را فراهم کند (سلیمان‌پور، ۱۳۸۵). در صورتی‌که بخش کشاورزی از سرمایه‌گذاری مطلوب و بیشتری برخوردار شود و فعالیت‌های کارآفرینی مبتنی بر کشاورزی پیشرفته و مکانیزه آن‌چنان که بایسته و امکان‌پذیر است، در آن گسترش یابد و با توجه به نیاز این بخش به فعالیت‌های صنعتی و خدماتی وابسته یا رشته‌ای طولانی و مفید برای این فعالیت‌های وابسته پدید می‌آورد و یا در صورت وجود این فعالیت‌ها، کمیت اشتغال موجود در آن‌ها به نحو درخور توجهی افزایش می‌یابد (زاهدی مازندرانی، ۱۳۸۳). در طی دهه گذشته، توسعه کارآفرینی یکی از سیاست‌های کشاورزی در دنیا به‌عنوان ابزاری جهت افزایش ارزش تولیدات کشاورزی بوده است. تجدید ساختار بخش کشاورزی، در نتیجه تغییرات در سیاست‌های ملی و بین‌المللی، تقاضا برای فعالیت‌های کارآفرینانه در بین کشاورزان را افزایش داده است. کشاورزان می‌توانند منشأ نوآوری در جوامع کشاورزی و یک منبع بالقوه کارآفرینی باشند (Borch and Forsman, 2001). توسعه و ترویج فرهنگ کارآفرینی در بین مردم به‌خصوص قشر روستایی و کشاورزان از راهبردهایی است که امروزه اندیشمندان به آن تأکید ویژه‌ای دارند. البته این راهبرد در گذشته نیز چه آگاهانه و چه غیرآگاهانه مورد

استفاده برخی دولت‌ها بوده است. آنچه باعث اذعان همگان به اثربخشی این رویکرد در توسعه جوامع می‌گردد، اثرات مثبت کارآفرینی است (ملیتو و همکاران، ۱۳۸۳).

با توجه به مطالب فوق‌الذکر می‌توان چنین نتیجه گرفت که با توجه به این‌که کشاورزی محور توسعه در ایران تلقی می‌شود، بنابراین، کارآفرینی در بخش کشاورزی اهمیتی دو چندان می‌یابد و با توجه به افزایش تعداد متخصصان و کارشناسان بخش کشاورزی باید به کارآفرینی در این بخش با دقت بیشتر توجه نمود و دولت حمایت‌های لازم را از افراد کارآفرین در بخش کشاورزی به عمل آورد. لذا، با توجه به این‌که کشاورزی، محور توسعه ایران تلقی می‌شود و در صورتی‌که به مقوله کارآفرینی در این بخش، اهمیت بیشتری داده شود، به راحتی می‌توان مسیر توسعه را طی نمود و حتی از لحاظ سیاسی نیز قدرت لازم را کسب کرد.

مفهوم شرکت تعاونی: از شرکت‌های تعاونی تعاریف متعدد و مختلفی ارائه شده است. با این‌که این تعاریف از نظر برخورد عقاید با یکدیگر تفاوت دارند ولی از لحاظ محتوا با هم اختلافی ندارند زیرا در تمامی آن‌ها به فعالیت گروهی از افراد که به‌طور داوطلبانه برای رفع نیازهای مشترک و بهبود وضع اقتصادی و اجتماعی خویش اقدام می‌کنند، اشاره شده است (موسوی، ۱۳۹۰).

ژرژ فوکه از متفکران با سابقه در نهضت تعاونی فرانسه، شرکت تعاونی را به‌عنوان پیوندی از اشخاص توصیف می‌کند که درک نموده‌اند دارای نیاز مشترک هستند و این نیاز مشترک می‌تواند از طریق یک مؤسسه جمعی رفع شود تا به‌صورت انفرادی (شهریور، ۱۳۸۰). شرکت تعاونی شرکتی است که در آن یک گروه از افراد جامعه با میل و علاقه برای رسیدن به اهداف مشترک اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی طبق اساسنامه شرکت‌های تعاونی و قوانین مربوط، دور هم جمع شده و به صورت عادلانه با سرمایه‌گذاری مشترک فعالیت را شروع نموده و در سود و زیان آن نیز سهیم می‌گردند. این شرکت بر پایه اصول تعاون و تفاهم متقابل تشکیل می‌شود و انگیزه اعضای آن صرفاً تجاری نیست و همیاری در آن حرف اول را می‌زند (خسروی و حسنی، ۱۳۸۵). مهران‌فر شرکت تعاونی را شرکتی متشکل از حداقل هشت نفر می‌داند که برای رفع نیازهای اقتصادی و اجتماعی خود داوطلبانه با هم همکاری می‌نمایند و مسئولیت می‌پذیرند. شرکت تعاونی یک سازمان کسب و کار است و به افرادی تعلق دارد که از خدمات آن استفاده می‌برند، نظارت بر امور آن به‌طور مساوی بر عهده کلیه اعضا گذارده شده و مازاد درآمد حاصل از عملیات آن به تناسب استفاده اعضا از خدمات شرکت بین آن‌ها تقسیم می‌گردد (نقل شده در ملکی و ابراهیم‌زاده، ۱۳۸۳). در قطعنامه ۱۲۸ کنفرانس

کار وابسته به دفتر بین‌المللی کار (I.L.O)^۱ در سال ۱۹۶۶، شرکت تعاونی چنین تعریف شده است: "شرکت تعاونی عبارت است از اجتماعی از افراد که با طیب خاطر و آزادانه برای رسیدن به هدف‌های مشترک از طریق ایجاد سازمانی که به صورت دموکراتیک اداره می‌شود گرد هم آمده و هر یک از اعضا چنین سازمانی، تأمین کردن سرمایه لازم را بر نسبت معقولی تعهد می‌نمایند و متقابلاً سهم منصفانه‌ای از سود و زیان حاصل از کار دسته‌جمعی که به صورت فعالانه در آن مشارکت کرده‌اند نصیبشان خواهد شد" (انصاری، ۱۳۸۶).

انواع تعاونی‌ها در ایران: تقسیم‌بندی‌های مختلفی بر پایه ملاک‌های متفاوت از تعاونی‌ها ارائه شده است. از نظر نوع فعالیت، تعاونی‌ها به دو دسته تولیدی و توزیعی تقسیم شده‌اند که در انواع بخش‌ها و زیربخش‌ها (به استثناء بانک‌داری و بیمه) فعالیت می‌کنند. از نظر نوع هدف نیز تعاونی‌ها به انواع ذیل تقسیم شده‌اند:

- تعاونی‌های با هدف اشتغال‌زایی برای اعضا خود؛ این تعاونی‌ها با تشکل بیکاران جویای کار فاقد سرمایه کافی، در انواع فعالیت‌ها حضور دارند.
- تعاونی‌های با هدف تأمین نیاز و ارتقاء رقابت‌پذیری بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط؛ این تعاونی‌ها با تشکل صاحبان مشاغل و بنگاه‌های کوچک و متوسط از قبیل کشاورزان، صیادان، تولیدکنندگان صنعتی، صنوف و سایر مشاغل و حرف در هر یک از رشته‌های فعالیت، عمدتاً به فعالیت توزیعی و خدمات به اعضا می‌پردازند.
- تعاونی‌های با هدف تأمین نیازهای رفاهی اعضا؛ این تعاونی‌ها با تشکل کارگران، کارکنان دولت و سایر آحاد جامعه عمدتاً در رشته‌های بازرگانی (تعاونی‌های مصرف)، ساخت و ساز مسکن (تعاونی‌های مسکن) و فعالیت اعتباری (تعاونی‌های اعتبار) فعالیت می‌کنند (اخترمحقی، ۱۳۸۵).

تعریف شرکت‌های تعاونی کشاورزی: تعاونی کشاورزی عبارت است از اجتماعی از افراد با وسایل و امکانات محدود که به صورت داوطلبانه گرد هم آمده‌اند و اهداف اجتماعی و اقتصادی را دنبال می‌کنند و با کار مؤثر، تأمین سرمایه موردنیاز و پذیرش ریسک سود و منفعت براساس اصول تعاونی کار می‌کنند (لطیفیان، ۱۳۸۵). تعاونی‌های کشاورزی در ایران در اوایل دهه ۱۳۵۰، بعد از اصلاحات

ارضی در ایران با هدف افزایش تولید، یکپارچه‌سازی اراضی کشاورزی، انجام خدمات زیربنایی و استفاده‌ی بهینه از نهاده‌های در دسترس شکل گرفت (اخترمحقی، ۱۳۸۵).

تاریخ تحولات اقتصادی و اجتماعی برای توسعه بخش کشاورزی در کشورها نشان می‌دهد که تعاونی‌های کشاورزی از مهم‌ترین اهرم‌های توسعه این بخش می‌باشند. بدین معنا که هم در زمینه عمقی کردن کشت (یعنی برداشت بیشتر از واحد سطح) و هم در حوزه یکپارچه‌سازی اراضی و همچنین بهره‌گیری از قاعده اعداد بزرگ در خریدهای کلی و اقدام گروهی (که قیمت واحد خرید را کاهش داده و هزینه‌های حمل و نقل و بالاسری را به نحو چشم‌گیری کم می‌کند و اثربخشی تلاش جمعی در مراحل کاشت و داشت و برداشت و مبارزه با بیماری‌ها و آفات نباتی را افزایش می‌دهد) و هم در تأمین منابع لازم برای مراحل آماده‌سازی زمین تا برداشت محصول از طریق دادن نقش اقتصادی به سرمایه‌های کوچک نقش دارد و همه این موارد، بیانگر حقانیت اثربخش توسعه روستایی از طریق تعاونی‌ها است که با محدود کردن هزینه‌های مصرفی به آزادسازی منابع مولد برای سرمایه‌گذاری کمک می‌کند (علی‌زاده، ۱۳۸۷ به نقل از موسوی، ۱۳۹۰).

اهمیت و نقش تعاونی‌های کشاورزی: تعاونی‌های کشاورزی نقش بسیار مهمی در بازاریابی محصولات کشاورزی دارا می‌باشند. آن‌ها می‌توانند فرصت فراوری و بازاریابی محصول را برای تولیدکنندگان محصولات کشاورزی فراهم آورند. تعاونی‌های تولید، از طریق بازرسی در ضمن تولید، هنگام برداشت و زمان تحویل، موجب یکنواختی در کیفیت محصولات می‌شوند. آماده‌سازی محصولات به شکل واحد شمار کشاورزانی را که خریدار کالا باید با آن‌ها وارد معامله شود، کاهش می‌دهد. دیگر مزایای ناشی از تعاونی‌ها به قرار زیر می‌باشد (Downing et al., 1998) به نقل از هرندی‌نژاد، ۱۳۸۹):

- تنظیم زمان‌بندی و برنامه‌ریزی برای تحویل
- واگذاری حمل و نقل و هزینه‌های تحویل
- مشخص کردن مکان تحویل
- محفوظ داشتن قیمت‌ها

در حال حاضر تعاونی‌ها در جهان در حوزه‌های مختلف اقتصادی اعم از تولیدی و خدماتی فعالیت دارند و سهم قابل توجهی در اقتصاد ملی کشورها دارند. تعاونی‌ها از طریق انباشت سرمایه‌های کوچک و غالباً پراکنده افراد اقدام به فعالیت‌های اقتصادی می‌کنند و با افزایش سهم اقشار کم درآمد

در تولید جامعه، توزیع مناسب درآمد را پدید می‌آورند و نابرابری اجتماعی را کاهش می‌دهند. اعضای تعاونی‌ها از طریق حضور در عرصه فعالیت‌های اقتصادی با مناسبات دنیای کسب و کار، منابع مالی و نحوه تعامل با سایر فعالان اقتصادی، تجربیات زیادی می‌آموزند که موجبات رشد و ارتقاء قابلیت‌های فردی آن‌ها را فراهم می‌آورد. رویکرد تعاون در واقع فرصت‌های جدیدی را پیش‌روی افراد قرار می‌دهد و از طریق برابری در فرصت‌ها مبارزه‌ای ریشه‌ای با فقر و نابرابری را پیش می‌گیرد. ریشه انسانی و اجتماعی تشکلهای تعاونی در کنار اهداف اقتصادی و مادی سبب می‌شود که تعاونی‌ها انسان را محور فعالیت و هدف خود قرار دهند (کرمی و رضایی‌مقدم، ۱۳۸۴).

تأثیر تعاونی‌ها در بسط عدالت اجتماعی و اقتصادی به‌حدی است که شرکت‌های تعاونی را عامل بسیار کارسازی در مبارزه با فقر معرفی کرده‌اند. مبارزه تعاونی با بی‌عدالتی در نظر برخی اندیشمندان اقتصادی آن‌چنان مهم و حیاتی است که برخی هم‌چون گونار میردال یکی از دلایل شکست تعاونی را دوری از خط مقدم حمله به نابرابری موجود در جامعه می‌دانند (رحیمی و واحدچوکده، ۱۳۸۷).

تعامل بین تعاون و کارآفرینی در بخش کشاورزی: شواهد و قرائن موجود در جامعه، حاکی از آن است که تعاون بستر مناسبی برای کارآفرینی و کارآفرینی به منزله یکی از پیش شرط‌های موفقیت تعاونی کشاورزی بوده و میان این دو رابطه محکمی وجود دارد (گل‌محمدی، ۱۳۸۵؛ صفوی‌مقدم و بهروان، ۱۳۹۱). همان‌طور که می‌دانیم نوآوری و خلاقیت از اجزای لاینفک کارآفرینی هستند و بهره‌گیری از این ویژگی‌های کارآفرینانه در تعاون می‌تواند با ایجاد مزیت رقابتی زمینه موفقیت تعاونی را در میان کسب و کار مشابه فراهم آورد. از سوی دیگر، محیط اقتصادی که پیوسته در حال تحول است، جریان پیوسته‌ای از فرصت‌های بالقوه را فراهم می‌آورد، به شرط آن‌که فرد بتواند آن‌ها را تشخیص دهد. بنابراین شناسایی منابع فرصت به‌عنوان یکی از اجزای لاینفک کارآفرینی و بهره‌گیری از آن در نظام تعاون می‌تواند موفقیت در عرصه اقتصادی را برای تعاون به ارمغان آورد (رحیمی و واحدچوکده، ۱۳۸۷).

نگاهی دقیق به تعاریف تعاون و اصول جهان‌شمول آن از یک سو و مفهوم کارآفرینی، اصول و فرآیندهای آن از سوی دیگر، بیانگر ویژگی‌ها و خصوصیات مشترکی است که می‌توان گفت، اصول تعاون در دل فرایند کارآفرینی جای گرفته است. مرزهای مشترک عبارتند از: تشکیل یک بنگاه اقتصادی (کسب و کار جدید)؛ تدارک منابع و سرمایه موردنیاز؛ کسب سود و منفعت؛ پذیرش ریسک و مخاطرات پیش‌رو؛ ارزش‌آفرینی، ایجاد رضایت‌مندی و یا بازار جدید. بنابراین ادغام این دو مفهوم و

امتزاج اصول حاکم بر این دو مقوله، برخلاف ادعای بسیاری از منتقدین، امکان جریان کارآفرینی در نظام تعاون امری ممکن و بدون پیچیدگی است. تغییر در تعاونی‌ها و حرکت آن‌ها به سوی رفتار و عملکرد کارآفرینانه، نیازمند یک نگرش دقیق به هر دو مقوله و پرهیز از شتابزدگی در فرایند اعمال کارآفرینی در سازمان‌های تعاونی است. کارآفرینی درون‌سازمانی به‌عنوان یکی از شاخه‌های کارآفرینی با ویژگی‌های خاص خود به تغییر و تحولات سازمانی دست می‌زند (زمانی و جان‌نثاری، ۱۳۸۷).

سطوح بالای فعالیت‌های کارآفرینانه، کارایی در اقتصاد را ارتقاء بخشیده و منجر به بهره‌برداری مناسب‌تر از فرصت‌های جدید بازار می‌گردد و به نوبه خود زمینه را برای کشف این فرصت‌ها توسط کارآفرینان فراهم می‌سازد (Bullbaag et al., 2006). نکته مثبت دیگری که تعامل بین تعاون و کارآفرینی به وجود می‌آورد رشد فعالیت‌های گروهی است. به‌ویژه در کشورهای کمتر توسعه‌یافته که فرهنگ کار گروهی ضعیف است، ترویج و رشد این فرهنگ به واسطه تعامل بین فعالیت‌های تعاونی و کارآفرینی باعث افزایش کارایی و عملکرد گروه‌ها می‌شود.

بنابراین، حاصل تعامل کارآفرینی و تعاون ایجاد شرکت‌های تعاونی کارآفرینانه است. تعاونی کارآفرینانه، شرکتی است اقتصادی-اجتماعی، و متشکل از افرادی با ویژگی‌های بارز کارآفرینان شامل: اعتماد به نفس، خلاقیت، ریسک‌پذیری، پشتکار، فرصت‌گرایی، تعهد، تفکر مثبت و غیره که بر مبنای تعاون، همیاری، خودیاری و دموکراسی تشکیل می‌شود. افراد در این نوع تعاونی‌ها، برای رسیدن به اهداف مشترکی از جمله ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، تأمین درآمد و استقلال مالی، تقویت روحیه کارآفرینی، ایجاد کسب و کارهای سودآور قانونمند، کسب فرصت و زمینه اجرای طرح‌های نوآورانه و غیره با یکدیگر مشارکت کرده و متقابلاً از مزایای حاصل از یک کار گروهی مؤثر بهره‌مند می‌گردند. تعاونی‌های کارآفرینانه، زمینه لازم را برای یک کارگروهی منظم و بادوام فراهم می‌آورند. تعاونی‌های کارآفرینانه، فرصت‌هایی را عرضه می‌کنند که افراد، به وسیله آن‌ها، استعدادها و قابلیت‌های پنهان خود را شناخته و مجربایی مفید و قانونمند برای تأثیرگذاری بر سرنوشت خود می‌یابند (بارانی و علم‌بیگی، ۱۳۸۷).

عوامل و شاخص‌های مؤثر بر ترویج کارآفرینی از طریق تعاونی‌های کشاورزی: با توجه به جایگاه خطیر بخش تعاون در کشور به‌نظر می‌رسد این بخش در موقعیتی قرار گرفته است که می‌تواند از طریق آموزش‌ها و مهارت‌های تعاونی، اشاعه فرهنگ تعاون و همکاری گروهی، نقش اساسی در

توسعه کارآفرینی خلاق در سطح کشور ایفا نماید (وزارت تعاون، ۱۳۸۴). برخی از نقش‌های عمده تعاونی‌ها در ترویج کارآفرینی را می‌توان به صورت زیر بیان نمود:

- حمایت و تقویت کسب و کارهای کوچک و متوسط
- فراهم نمودن امکانات زیربنایی برای کارآفرینان
- افزایش قدرت رقابت برای حضور در بازارهای محلی، ملی و منطقه‌ای
- حمایت‌ها و کمک‌های مالی
- حمایت از صادرات کسب و کارهای کوچک و متوسط
- تقویت و گسترش ارتباط و همکاری بنگاه‌های کوچک و متوسط با صنایع بزرگ داخلی و شرکت‌های چندملیتی و نهادهای بین‌المللی
- فراهم کردن حمایت‌های فنی و خدمات مشاوره‌ای در زمینه کارآفرینی
- راه‌اندازی واحدهای تحقیق و توسعه برای کارآفرینان
- آموزش ضمن کار و تأمین اطلاعات موردنیاز کارآفرینان (پوراتشی، ۱۳۸۷).

تعاونی‌های کشاورزی از طریق فعالیت‌ها و اقدامات گروهی که در خود دارند، زمینه و بستر مناسبی برای کارآفرینی مهیا کرده و ترویج و تقویت کارآفرینی به نوبه خود باعث موفقیت بیشتر تعاونی‌ها می‌گردد. با در نظر گرفتن این واقعیت که کارآفرینان صاحب ویژگی‌ها و توانمندی‌های خاصی هستند می‌توانند در توسعه و موفقیت تعاونی‌های کشاورزی نقش به‌سزایی داشته که این امر خود منجر به گسترش تعاونی‌های کشاورزی و توسعه اقتصادی کشور می‌گردد (رحیمی و واحدچوکده، ۱۳۸۷).

آمدی (۱۳۸۷)، بیان می‌دارد که تعاونی‌ها از طریق چهار عامل مهم آموزش، نوع فعالیت‌های تولید، نوع تصمیم‌گیری‌های مربوط به تعاونی‌ها و نحوه اداره امور تعاونی‌ها باعث ترویج و توسعه بهتر کارآفرینی در بین اعضای خود می‌شوند. وی از جمله مهم‌ترین اقدامات و فعالیت‌هایی را که از طریق تعاونی‌ها باعث ترویج کارآفرینی می‌شوند، شامل سازماندهی منابع و امکانات، احداث کارگاه، خطرپذیری در فعالیت‌های تولیدی، ایجاد خوداشتغالی، خلاقیت و نوآوری در کار، ایجاد اشتغال، پیش‌بینی عرضه و تقاضا، و شناسایی و برآورد نیازها اظهار کرده است. از سوی دیگر خدماتی هم‌چون خدمات آموزشی و ترویجی، اعطای وام، خدمات اطلاع‌رسانی به اعضا، بازاریابی تولیدات و تأمین وسایل و امکانات از طریق تعاونی‌ها باعث ترویج بهتر کارآفرینی بین اعضا خواهد شد (آمدی، ۱۳۸۷).

اکبرپور دباغی (۱۳۸۸)، در شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه و ترویج کارآفرینی از طریق تعاونی‌ها ۳۳ عامل را در قالب پنج شاخص کلی زیر معرفی کرده‌اند: سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی، تسهیلات و کمک‌های مالی و غیر مالی، اطلاع‌رسانی، آموزش و بسترسازی فرهنگی، حمایت‌های مشاوره‌ای، اصلاحات اداری.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

توسعه و ترویج فرهنگ کارآفرینی در بین مردم به‌خصوص قشر روستایی و کشاورزان از راهبردهایی است که امروزه اندیشمندان به آن تأکید ویژه‌ای دارند. البته این راهبرد در گذشته نیز چه آگاهانه و چه غیرآگاهانه مورد استفاده برخی دولت‌ها بوده است. آنچه باعث ادعان همگان به اثربخشی این رویکرد در توسعه جوامع می‌گردد، اثرات مثبت کارآفرینی است.

بی‌شک روند توسعه اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته بیانگر این واقعیت است که اقتصاد تحت تأثیر کارآفرینی است. به گونه‌ای که کارآفرینان در توسعه اقتصادی کشورهای توسعه یافته نقش محوری داشته‌اند و کشورهای توسعه‌نیافته، اهمیت آنرا در توسعه اقتصادی نادیده گرفته‌اند. از طرفی دیگر، بخش کشاورزی به عنوان یکی از بخش‌های مهم اقتصادی و اجتماعی کشور نیازمند توجه بیشتر بخش تعاون در جهت فراهم‌سازی بسترهای لازم برای رشد کارآفرینی می‌باشد.

بنابراین، آنچه ضرورت آن در شرایط کنونی جامعه بیش از پیش احساس می‌شود، پرداختن به مقوله حساس کارآفرینی و نقش تعاونی‌های کشاورزی در توسعه و ترویج آن است. با توجه به جایگاه خطیر بخش تعاون و به‌خصوص تعاونی‌های کشاورزی در کشور، به‌نظر می‌رسد این بخش در موقعیتی قرار گرفته است که می‌تواند از طریق آموزش‌ها و مهارت‌های تعاونی، اشاعه فرهنگ تعاون و همکاری گروهی، نقش اساسی در توسعه کارآفرینی خلاق در سطح کشور ایفا نماید.

برخی از نقش‌های عمده تعاونی‌های کشاورزی در ترویج کارآفرینی را می‌توان به‌صورت زیر بیان

نمود:

- حمایت‌ها و خدمات مختلف مالی در جهت ترویج کارآفرینی
- حمایت‌های فنی در زمینه کارآفرینی
- ارائه خدمات مشاوره‌ای در زمینه کارآفرینی
- فراهم نمودن امکانات زیربنایی برای کارآفرینان

- افزایش قدرت رقابت برای حضور در بازارهای مختلف
- حمایت از کسب و کارهای کوچک و متوسط

تعاونی‌های کشاورزی به کارآفرینان امکان می‌دهند تا منابع انسانی و مالی خود را در یک جا جمع کنند و به تشکیل سرمایه بیشتر بپردازند. کارآفرینانی که شاید به تنهایی قادر به شروع یک فعالیت تجاری نبوده‌اند از راه تعاونی‌های کشاورزی بهتر می‌توانند به ایجاد و توسعه کسب و کارهای جدید اقدام نمایند.

مزیت‌های تعاونی‌های کشاورزی برای اعضا و جامعه هم به صورت ملموس و هم به صورت ناملموس وجود دارند. مزیت‌های ملموس را می‌توان بی‌درنگ در قالب خدمات بهبودیافته، فراوانی بیشتر کالاها و قیمت‌های کم‌تر مشاهده کرد، در حالی‌که برای آشکار شدن مزیت‌های ناملموس ناشی از تشکیل تعاونی‌های کشاورزی به گذشت زمان نیاز است. اعضا از راه تشکیل تعاونی مهارت‌های رهبری، مشکل‌یابی و اعتمادسازی و خودیاری را توسعه می‌دهند. تعاونی‌های کشاورزی اعضا را تشویق می‌کنند تا برای رفع مشکلات اقتصادی و اجتماعی به‌جای دولت به خود تکیه کنند و می‌توانند از راه آموزش مستمر به اعضا کمک کنند تا کیفیت کالا و خدمات را بهبود بخشند، فناوری نوین را به خدمت گیرند و شناخت بهتری در مورد روش‌های جدید تجاری و مباحث اقتصادی به‌دست آورند.

به طور کلی با توجه به نتایج این مقاله می‌توان گفت تعاونی‌های کشاورزی می‌توانند در اجرای فعالیت‌های کارآفرینانه‌ای از قبیل انجام فعالیت‌های تحقیقاتی، آموزشی و مشاوره‌ای، تأمین منابع مالی، تأمین وسایل و امکانات تولید محصولات کشاورزی و وسایل موردنیاز برای صنایع دستی، و بازاریابی محصولات نقش مؤثری داشته باشند.

تشکر و قدردانی

این مقاله برگرفته از طرح تحقیقاتی با عنوان "نقش تعاونی‌های روستایی در توسعه و ترویج کارآفرینی" می‌باشد که با حمایت مالی اداره کل تعاون استان اصفهان صورت گرفته است.

منابع

- احمدپور داریانی، م. ۱۳۸۰. کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها. انتشارات پردیس. تهران.
- اخترمحقی، م. ۱۳۸۵. جامعه‌شناسی تعاون. نشر مؤلف. تهران.

- اکبرپور دباغی، ف. ۱۳۸۸. بررسی نقش تعاون در توسعه کارآفرینی (مطالعه موردی شرکت‌های تعاونی استان آذربایجان شرقی). تعاون، ۲۰ (۲۰۶ و ۲۰۷): ۱۴۱-۱۱۱.
- آمدی، ا. ۱۳۸۷. نقش تعاونی‌های کشاورزی در ترویج کارآفرینی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاده اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران.
- انصاری، م.ت.، و سلمانی‌زاده، ع. ۱۳۸۸. نوآوری در سازمان‌ها بر مبنای کارآفرینی سازمانی. مجله راهبرد یاس، ۱۸: ۱۸۵-۱۶۶.
- بارانی، ش.، و علم‌بیگی، ا. ح. ۱۳۸۷. ترویج فرهنگ تعاونی کارآفرینانه. مجله تعاون، ۱۹۸: ۶۴-۵۹.
- پورآتشی، م. ۱۳۸۷. شناخت‌شناسی تعاون و کارآفرینی، مجله تعاون، ۲۰۰: ۱۵-۵.
- حسینی‌نیا، غ.ح. ۱۳۸۶. اقتصاد ۲۱۲ میلیارد دلاری تعاون در آمریکا. ایران اقتصادی، آبان ۱۳۸۶.
- خسروی، ر.، و حسنی، ز. ۱۳۸۵. شرکت تعاون از تصمیم تا تشکیل. فصل‌نامه نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی، ۴ (۱۳): ۶۷-۴۴.
- رحیمی، ش.، واحدچوکده، س. ۱۳۸۷. تبیین جایگاه تعاونی‌ها در موفقیت کارآفرینان. ماهنامه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تعاون، ۱۹۶: ۸۹-۶۹.
- رضوی، س.م. ۱۳۸۷. دائرةالمعارف کارآفرینی. انتشارات هم‌پا. تهران.
- زاهدی‌مازندرانی، م.ج. ۱۳۸۳. ضرورت‌های کارکردی توسعه اشتغال در بخش کشاورزی. فصلنامه نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی، ۶: ۳۴-۳۲.
- زمانی، م.، و جان‌نثاری، ا. ۱۳۸۷. بررسی عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی در تعاونی‌ها، مجله تعاون، ۱۰۸: ۲۰۰-۱۲۴.
- سلیمان‌پور، م.ر. ۱۳۸۵. بررسی موانع و مشکلات نیل به رویکرد کارآفرینی در آموزش عالی کشاورزی از دیدگاه دانشجویان دوره‌های تکمیلی استان تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات. ۱۰۵-۱۰۴.
- شهریور، ع.ح. ۱۳۸۰. حقوق تعاون: ایران، آلمان و فرانسه. نشر پایگان. تهران.
- صفوی مقدم، س.م. و بهروان. ح. ۱۳۹۱. نقش تعاونی روستایی زنان در توسعه کارآفرینی. همایش ملی توسعه روستایی. رشت. دانشگاه گیلان.
- عربشاهی کریزی، ا. ۱۳۸۷. تعاون مبنایی جهت کارآفرینی اجتماعی: تشکیل تعاونی‌ها و توسعه کارآفرینی اجتماعی. مجله تعاون، ۱۹۶: ۴۵-۴۲.

- کرمی، ع.ا.، و رضایی مقدم، ک. ۱۳۸۴. آثار تعاونی‌های تولید کشاورزی در فرآیند تولید. فصل‌نامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، ویژه‌نامه بهره‌وری و کارایی، ۱۳: ۴۹-۱.
- گل محمدی، ح. ۱۳۸۵. گذار به کارآفرینی تعاونی. انتشارات پایگان. تهران.
- لطفیان، ا. ۱۳۸۵. بررسی عملکرد شرکت‌های تعاونی کشاورزی استان خراسان بزرگ. دو ماهنامه دانشور رفتار، دانشگاه شاهد، ۱۳ (۲۰): ۸۴-۶۱.
- ملکی، ب.، ابراهیم‌زاده، ع. ۱۳۸۳. شرکت تعاون از تصمیم تا تشکیل. نشر پایگان.
- موسوی، ع. ۱۳۹۰. عوامل مؤثر بر موفقیت‌های تعاونی‌های کشاورزی در اشتغال و کارآفرینی در استان همدان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه بوعلی سینا. همدان. ۸-۹.
- وزارت تعاون. ۱۳۸۴. مشارکت مردمی در سازمان‌های تعاونی، معاونت تحقیقات. آموزش و ترویج.
- هرندی‌نژاد، ا. ۱۳۸۹. بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های تولید کشاورزی استان اصفهان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تربیت مدرس. تهران. ص ۵۰.
- Borch, O.J., and Forsman, S. 2001. The Competitive tools and Capabilities of Microfirms in the Nordic food Sector acomparative Study. The Food Sector-Nordic- Seminar No. 313. NILF-report 2001: 2, As, NILF.
- Bullbaag. Erlend., ACS, Zoltan. Allen, Elainebygrave, William Spinelli Stephen. 2006. Golobal Entrepreneurship Monitor: national entrepreneurship assessment States of America, George Mason University.
- Gartner, W.B., and Carland, J.W. 1988. Who Is an Entrepreneur? Is the Wrong Question, American Journal of Small Business, 12(4): 11-39.
- Henry, C., Hill, F., and Leitch, C. 2003. Entrepreneurship Education and Training. Ashgate Publishing: Aldershot.
- Meredith, G.G., Nelson, R.E., and Neck, P.A. 1971. The Practice of Entrepreneurship, Geneva: International Labour Office.
- Sexton, D.L., and Bowman-Upton, N.B. 1991. Entrepreneurship: Creativity and growth. New York: Macmillan.
- Winchi, G.W., Gill, A., and Arthur, D. 2002. Knitting and Deep Niches: The Importance for SMEs of Focus in RandD and Product Development. In International System Dynamics Conference Proceedings, System Dynamics Society: Italy.



Gorgan University of Agricultural
Sciences and Natural Resources

Journal of Entrepreneurship in Agriculture Vol. 2(4), 2016
<http://jead.gau.ac.ir>

The role of agricultural cooperatives in development and promotion of entrepreneurship

***Z. Haji Hashemi¹, R. Movahedi² and H.A. Saadi³**

¹Ph.D. Candidate, Dept., of Agricultural Extension and Education, Agriculture Campus, Bu Ali Sina University, Hamedan and Lecture in Payam-e-Noor University, ²Associate Prof., Dept., of Agricultural Extension and Education, Agriculture Campus, Bu Ali Sina University, Hamedan, ³Associate Prof., Dept. of Agricultural Extension and Education, Agriculture Campus, Bu Ali Sina University, Hamedan

Received: 4/9/2015; Accepted: 21/1/2016

Abstract

Development and promotion of entrepreneurial culture among people in particular rural people and farmers is one the strategies that are particularly stressed by the scholars. In the past, these strategies have been used by some governments consciously or unconsciously. Necessity of considering the entrepreneurship as a sensitive issue in Iranian society and the role of agricultural cooperatives in the development and promotion of the entrepreneurship are perceived more than past. What acknowledged the effectiveness of this approach in the development of the communities are positive effects of entrepreneurship. The present study, which is a review one, aims at both addressing the importance of entrepreneurship in the cooperative sector, the role of agricultural cooperatives in country's economy, in employment, development and promoting of entrepreneurship, and identifying factors and indicators affect the development and promotion of entrepreneurship through cooperatives. The results showed that agricultural cooperatives can play a significant role in entrepreneurial activities such as research and educational activities, advisory services, access to credits, access to equipment and facilities of agricultural productions, providing the necessary tools for handicrafts, and marketing products. Moreover, the most important majors and activities that may promote entrepreneurship through cooperatives includes organizing the resources and possibilities, workplace establishment, risk-ability in productive activities, self-employment, creativity and innovation at work, employment, predicting and identifying supply, demand and needs.

Keywords: Agriculture, Cooperative, Promotion of Entrepreneurship, Development of Entrepreneurship

*Corresponding author: Haji.hashemii@yahoo.com