



دانشگاه گوارزی و منابع طبیعی گران

نشریه کارآفرینی در کشاورزی

جلد سوم، شماره دوم، تابستان ۱۳۹۵

<http://jead.gau.ac.ir>

گرایش به کارآفرینی جمعی در تعاونی‌های کشاورزی

الهه رستمی فلوردی^۱، * محمدشریف شریف‌زاده^۲ و غلامحسین عبدالله‌زاده^۳

^۱دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گران،

^۲دانشیار، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گران،

^۳دانشیار، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گران،

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۱/۸؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۵/۲۸

چکیده

خلاقیت و نوآوری و توان کشف فرصت‌های جدید از بارزترین ویژگی‌های کارآفرینان است و بخش تعاونی بهترین بستر برای پرورش و پیشرفت کارآفرینان و گرایش به کارآفرینی جمعی می‌باشد. هدف تحقیق حاضر بررسی گرایش به کارآفرینی جمعی در تعاونی تولید کشاورزی می‌باشد. اطلاعات موردنیاز آن از طریق بررسی و تحلیل ادبیات نظری و پیشینه پژوهشی موضوع موردنظر به شیوه مطالعات کتابخانه‌ای گردآوری شده است. نتایج پژوهش نشان دهنده آن است که رابطه قوی بین تعاونی‌ها و کارآفرینی وجود دارد و در حقیقت کارآفرینی به منزله یکی از پیش‌شرط‌های اصلی موفقیت تعاونی‌ها به شمار می‌رود. در واقع تعاونی‌ها می‌توانند با بهره‌گیری از عناصر کارآفرینی جمعی مانند خلاقیت، نوآوری، شناسایی و بهره‌گیری از فرصت‌ها، ریسک‌پذیری و غیره کارایی و اثربخشی خود را افزایش داده و به شکل موفق‌تری عمل نمایند. بر این اساس، ضروری است تا زمینه‌ها و حمایت‌های لازم از جمله مالی، قانونی، آموزشی، مشاوره‌ای و اطلاع‌رسانی از سوی سازمان‌ها و نهادهای ذیربط برای توسعه، تقویت و گرایش به کارآفرینی جمعی در تعاونی‌ها صورت پذیرد.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، کارآفرینی جمعی، تعاونی کشاورزی، گرایش به کارآفرینی جمعی

*مسئول مکاتبه: sharifsharifzadeh@gmail.com

مقدمه

امروزه کارآفرینی به راهبردی کارا و مؤثر در پیشبرد توسعه پایدار بدل شده است. در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار امروزی که با تغییر و تحولات سریع بین‌المللی همراه است و فرآیند گذار از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی و جامعه دانایی‌محور به‌طور فزاینده در جریان است، از کارآفرینی به منظور موتور توسعه یاد می‌شود. از جریان کارآفرینی انتظار می‌رود در پیشبرد رشد اقتصادی کشورها ایجاد اشتغال، تولید ثروت، گسترش رفاه اجتماعی و توسعه فناوری موردنیاز جامعه مؤثر واقع شود (براتلو، ۱۳۸۶؛ احمدپور داریانی، ۱۳۸۲). در حال حاضر تمرکز بر مفهوم راستین کارآفرینی یعنی ارزش‌آفرینی حس می‌شود. از این منظر کارآفرینی نیروی حیات‌بخش و موتور پیش‌ران جریان همه‌جانبه توسعه پایدار به شمار می‌رود که با ارزش‌آفرینی‌های مادی و معنوی می‌تواند پیش‌برنده توسعه پایدار در همه ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، نهادی و زیست‌محیطی باشد (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۸۸). نتایج پژوهش‌های انجام شده در زمینه کارآفرینی در تعاونی‌ها نشان می‌دهد کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی مقوله‌ای پیچیده و چند بعدی بوده و عوامل زیادی نظیر حمایت‌های مالی و مالیاتی، اصلاح قوانین و مقررات بانکی و سازگار نمودن آن با ملزومات کارآفرینی و تدوین سند ملی توسعه کارآفرینی در شکل‌گیری و پیشبرد آن تأثیر دارند (دنایی و همکاران، ۱۳۸۹). کارآفرینی همواره و صرفاً کنش فردی نیست که در قالب کارآفرینی مستقل کارآفرینی درون سازمانی و غیره تجلی یابد. بلکه در برخی مواقع کارآفرینی یک هم‌کنشی و اقدام جمعی است که در قالب کارآفرینی جمعی، گروهی، خانوادگی، سازمانی، شبکه‌ای، تعاونی بر پایه ابعاد جمعی کارآفرینی محقق می‌شود. از این رو لازم است به جای محوریت بخشی به فرد یا شخص بر مفهوم کنشگر تکیه شود که ممکن است در شمایل فرد، جمع، گروه، شبکه و نهاد تبلور شود. این مفهوم علاوه بر این که بعد ماهیتی و خصیصه عملی و اقدام‌گرایانه رفتار کارآفرینی را می‌رساند، می‌تواند بسان یک واژه چتری گستره متنوعی از اقدام و عمل کارآفرینانه اعم از فردی و جمعی را در برگیرد. مفهوم کارآفرینی جمعی بر این فرض استوار است که کارآفرینی در تلاش گروهی از افراد که با نهایت ساماندهی یک کسب‌وکار با تکیه بر بهره‌برداری نوآورانه از هم‌افزایی ظرفیت‌های جمعی گردهم آمده‌اند، به بهترین شکل امکان تبلور می‌یابد (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۸۸). حرکت از کارآفرینی فردی به کارآفرینی جمعی بازتاب یک روند تاریخی و واکنش به محدودیت‌های سرمایه‌ای و ظرفیتی کنشگری فردی و نیز تلاش عقلایی جهت بسیج و تسهیم منابع جهت رسیدن به هم‌افزایی در فرآیند کارآفرینی است.

معمولاً بهره‌گیری و بهره‌مندی افراد از منابع بیشتر (حاصل از تسهیم و تجمیع منابع فردی) سبب تسهیل کارآفرینی از سوی افراد می‌شود یا حداقل برداشت آن‌ها از فرصت‌های موجود، شناسایی فرصت‌ها از سوی افراد مختلف و در نتیجه درک فرصت‌های بیشتر یا درک بهتر فرصت‌های موجود و چگونگی بهره‌گیری از فرصت‌ها را بهبود می‌بخشد (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۸۷). با توجه به این‌که ارزش‌افزایی اجتماعی تعاونی‌ها به خوبی شناخته شده است در نتیجه بستری برای اقدام جمعی به حساب می‌آیند، که به خوبی با کارآفرینی همسو و سازگار هستند (عباسی و همکاران، ۱۳۸۸). در واقع 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، که نتایج پژوهش‌ها در زمینه ابعاد روانشناسی کارآفرینی نیز بیان می‌دارد خطرپذیری، نیاز به توفیق، نوآوری، خلاقیت و ایده‌سازی، اعتماد به نفس، پشتکار زیاد، آرمان‌گرایی، پیش‌قدم بودن، فرصت‌گرایی، نتیجه‌گرا بودن، اهل کار و عمل بودن، آینده‌گرایی، خودمحوری، پیشگام در کسب اطلاعات، برنامه‌ریزی و ارزشیابی رقبا، انعطاف‌پذیری، ظرفیت بالا، عدم کنترل سختگیرانه امور، رعایت نکردن سلسله مراتب، رشد دهنده ایده، دارای تفکر مثبت، داشتن تفکر جانبی و عمودی برای خلق ایده‌های جدید و توسعه آن‌ها در کارآفرینی مثمرتر می‌باشد (هزارجریبی، ۱۳۸۴). بر این اساس برای بررسی و شناسایی راهبردها و راهکارهایی برای آگاهانه گام نهادن در مسیر کارآفرینی جمعی در تعاونی‌های کشاورزی، در این مقاله تلاش شده است تا برای ارزیابی آن به طرح مجموعه‌ای از خصایص و جهت‌گیری‌های نشان‌دهنده کارآفرینی به صورت جمعی در قالب تعاونی‌ها پرداخته شود.

کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی: تعاونی‌های کشاورزی از مهم‌ترین انواع تعاونی‌ها به شمار می‌آیند، تعاونی‌های کشاورزی در زمینه‌های زراعت، باغداری، دامداری، صیادی، پرورش گل و گیاه، طیور، صنایع تبدیلی فرآورده‌های کشاورزی و تأمین نهاده‌های مورد نیاز در سراسر دنیا فعالیت می‌کنند. تعاونی‌های کشاورزی به عنوان مزرعه‌ای است که زمین و اقلام عمده سرمایه‌ای در مالکیت اشتراکی خود کارگران مزرعه نگهداری می‌شود و هر سودی که از سرمایه‌گذاری به دست می‌آید بین اعضا تقسیم می‌شود. در واقع با مالکیت اشتراکی، اعضای تعاونی در تصمیم‌گیری‌های همه‌جانبه در مورد تولید، توزیع و سرمایه‌گذاری مشارکت دارند (Royce, 1996). در کشور ما، تعاون و گرایش به تعاونی بیشتر نه از روی نیاز و آگاهی بلکه به دلیل برخورداری از منافع موجود و کوتاه مورد توجه

قرار گرفته است (امینی و رمضانی، 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) و نتوانسته‌اند به نقش مؤثر خود عمل کرده و جایگاه واقعی خود را در مسیر اهدافشان پیدا نمایند. نتایج تحقیقات انجام گرفته در این زمینه نشان می‌دهد مهم‌ترین شاخص‌ها برای شناسایی موفقیت تعاونی‌ها را می‌توان در شش بعد اقتصادی، اجتماعی، حقوقی، مدیریتی، فردی و آموزشی تقسیم‌بندی کرد (حیدری و همکاران، ۱۳۹۴). 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). طیبی (۱۳۸۷) نیز بیان می‌کند که مهمترین عامل مؤثر در حرکت کارآفرینی از قوه به فعل، بروز روحیه کارآفرینی از طریق آموزش است. پس زمانی تصویری دقیق‌تری از کارآفرینی در بخش تعاون به نمایش گذاشته می‌شود که از آن به عنوان یک فعالیت اجتماعی نگریسته شود تا یک فعالیت فردی. چرا که ایجاد یک کسب و کار در قالب تعاونی مستلزم به کارگرفتن - سازماندهی کردن - هماهنگ کردن یک مجموعه از افراد است که در تمام کارهایشان در ارتباط با یکدیگر انجام می‌شود. اما این بدین معنی نیست که دانش و مهارت فردی کارآفرین در موفقیت وی نقشی ندارد. بنابراین از ویژگی‌های رفتاری - اجتماعی کارآفرینان می‌توان: تشخیص و حفظ روابط کلیدی موفقیت؛ عملگرایی؛ توانایی رهبری و تأثیرگذاری بر دیگران؛ به دنبال بازتاب عمل خود بودن؛ اعتقاد به سایر اعضا؛ سعی در بهتر کردن کارها - گروه‌گرایی و داشتن روحیه تعاون و همکاری؛ داشتن مهارت ارتباطی و توانایی ایجاد شبکه ارتباطی حضوری با اعضا و مشتریان را نام برد (توسلی و چرمچیان لنگرودی، ۱۳۹۳). در نتیجه می‌توان گفت کارآفرینی مناسب برای تعاونی‌ها، زمانی است که جمعی از افراد و فعالان گردهم آیند و از هم‌آیی آن‌ها و از بطن جمع شکل گرفته، ایده و ابتکار کارآفرینانه بروز و ظهور کند و جمع مزبور با تقسیم کار هماهنگ رویداد کارآفرینانه را تحقق بخشند. در این صورت تعاونی‌ها محل خوبی برای بروز این‌گونه از کارآفرینی جمعی به‌شمار می‌روند. در این صورت تعاونی‌ها خواهند توانست بنابر رسالت بنیادین خویش در نقش خدمت‌گزار مدنی ظاهر شوند، به جمع (اعضا) و نیز به جامعه سود برسانند. توجه به ظرفیت‌ها و توان‌های بالقوه توسعه‌ای بخش تعاون و

لزوم بهره‌گیری از این ظرفیت‌ها از یک سو و آشکار شدن قابلیت کارآفرینی بسان یک راهبرد توسعه‌ای از دیگر سو تلفیق راهبرد توسعه کارآفرینی در بخش تعاونی بر پایه هم‌افزایی نهضت تعاونی با راهبرد توسعه کارآفرینی یک سازوکار راهبردی مناسب برای توسعه این بخش به‌نظر می‌رسد (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۸۷).

توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی نیازمند گزینش یک رویکرد کارآفرینانه متناسب با ساختار و کارکرد و زمینه فعالیت این تشکلهای است. در ادامه تلاش شده است تا رویکرد کارآفرینی جمعی به‌عنوان رویکردی مناسب برای ترویج و پیشبرد کارآفرینی در تعاونی‌ها معرفی شود.

کارآفرینی جمعی: تلفیق رویکرد کنش جمعی و کارآفرینی در تعاونی‌ها: واژه کارآفرین از کلمه فرانسوی *Entrepreneur* مشتق شده که به معنی برعهده گرفتن (تعهد کردن) کاری است، یعنی فردی که خطر راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید را می‌پذیرد. در واقع کلمه کارآفرین در اوایل قرن شانزدهم ابتدا در زبان فرانسوی مطرح شد (Mohanty, 2006). احمدپورداریانی (۱۳۸۲)، معتقد است کارآفرین فردی است که دارای ایده نو و جدید است و از طریق فرآیند تأسیس و ایجاد یک کسب‌وکار و قبول مخاطره، محصول یا خدمات جدیدی را به جامعه ارائه می‌کند. کارآفرینی به فرآیند ایجاد ارزش از طریق فراهم آوردن ترکیب منحصر به فردی از منابع برای بهره‌گیری از یک فرصت اشاره دارد که نیازمند یک عمل کارآفرینانه و یک عامل کارآفرینانه است (Setevenson et al., 1985). کارآفرینی همواره به‌صورت فردی نیست بلکه ممکن است به‌صورت اقدام جمعی برپایه ابعاد جمعی صورت گیرد. ویلکن پیوند صریحی بین کارآفرینی جمعی و فردی برقرار کرده است و بر این پایه به ابعاد مهم زیر اشاره داشته است: (الف) کارآفرینی جمعی ممکن است واکنشی به وضعیت اقتصادی اجتماعی افراد باشد؛ (ب) دسترسی بیشتر به منابع ممکن است کارآفرینی جمعی را تسهیل نماید؛ و (ج) کارآفرینی جمعی، متضمن خواست و تمایل افراد جهت همکاری و شراکت با همدیگر است. کارآفرینی جمعی بر این فرض استوار است که کارآفرینی در تلاش گروهی از افراد که با نهایت ساماندهی یک کسب‌وکار با تکیه بر بهره‌برداری نوآورانه از هم‌افزایی ظرفیت‌های جمعی گردهم آمده‌اند، به بهترین شکل امکان تبلور می‌یابد. صمدآقایی بر این باور است که کارآفرینی می‌تواند به صورت: (الف) کارآفرینی فردی، شامل کارآفرینی آزاد یا مستقل، فردی یا درون سازمانی (اعم از انتفاعی یا غیر انتفاعی). (ب) گروهی: شامل کارآفرینی سازمانی یا شرکتی به انجام رسد (صمدآقایی، ۱۳۸۲). در حالت دوم که مدنظر ما نیز می‌باشد، کارآفرینی فرآیندی پنداشته شده است که به موجب

آن سازمان یا شرکت طی می‌کند تا همه کارکنان بتوانند در نقش کارآفرین وظیفه‌شان را عملی سازند. از این رو همه فعالیت‌های کارآفرینانه فردی و گروهی به‌طور مستمر سریع و راحت در سازمان مرکزی یا تحت پوشش یک واحد انشقاقی علمی می‌شود. بر پایه این گونه‌شناسی کارآفرینی شرکتی یا سازمانی و کارآفرینی تعاونی در بنیان از ماهیت کارآفرینی گروهی و جمعی برخوردار است (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۸۸). نتایج پژوهش‌های بسیاری نشان می‌دهد زمانی که یک گروه از شرکت‌ها به‌طور مشترک به سرمایه‌گذاری مبادرت می‌ورزند، فرصت بروز کارآفرینی جمعی بیشتر می‌شود (Bijman et al., 2010). کارآفرینی جمعی در محیط اجتماعی برخوردار از روابط متقابل و پویا، شبکه‌های اجتماعی، فرهنگ مشارکت و همیاری نهادهای اجتماعی و روحیه کارگروهی بیشتر محقق می‌شود. از این رو اقدامات جمعی موفق برای نمونه در قالب کسب‌وکارهای کارآفرینانه جمعی همچون نماد گروه‌های سازمان یافته حول اقدامات جمعی مشترک نیازمند بهره‌مندی از میثاق مشترک جمعی و روابط گروهی پویا، هدفمند و اثر بخش هستند. نتایج نیز نشان می‌دهد نگرش و رفتار متعهدانه اعضای خانواده به کسب‌وکار و همکاری مبتنی بر تقسیم کار هماهنگ اعضا در انجام امور کسب‌وکار برای موفقیت کارآفرینی جمعی ضروری می‌باشد (Jun and Sorenson, 2003).

اعضا در فرآیند کارآفرینی جمعی ممکن است بسان اجزا و عناصر شاکله پازل کارآفرینی هر یک در نوع خود کارآفرین باشند. در این صورت می‌توان شاهد نوعی هم‌افزایی کارآفرینانه و شکل‌گیری خوشه‌های کارآفرینی بود. ۱- در برخی مواقع نیز یک فرد یا جمعی از کارآفرینان به گروه‌سازی و تیم‌سازی برای پیشبرد جمعی اقدامات کارآفرینانه می‌پردازند. در چنین حالتی همه اعضا لزوماً کارآفرین نیستند بلکه در پرتو تقسیم کار صورت گرفته به کارکردها و وظایف تعریف شده در فرآیند کارآفرینی می‌پردازند. این‌گونه از کارآفرینی جمعی به هم‌افزایی ظرفیت‌های موردنیاز برای پیشبرد فرآیند کارآفرینی (از راه بسیج منابع، تأمین سرمایه و اعتبارات، تأمین نیروی کار، تأمین خدمات حمایتی، تسهیل‌سازی نهادی و کارآفرینی نهادی) منجر می‌شود و چنانچه پیشتر اشاره شد، نیازمند تقسیم کار هماهنگ بین اعضای گروه است. ۲- مورد دیگری از کارآفرینی جمعی که گونه‌ای ناب از کارآفرینی را بازتاب می‌دهد زمانی بروز می‌یابد که جمعی از افراد و فعالان گردهم آیند و از هم‌آیی آن‌ها و از بطن جمع شکل گرفته، ایده و ابتکار کارآفرینانه بروز و ظهور کند و جمع مزبور با تقسیم کار هماهنگ رویداد کارآفرینانه را تحقق بخشند. ۳- زمانی که اعضای یک خانواده بر پایه روابط و مناسبات بینابینی برخاسته از ساختار نهاد خانواده به تشکیل کسب‌وکارهای خانوادگی و سرمایه‌گذاری مشترک

کارآفرینانه می‌پردازند، گونه‌ای دیگر از کارآفرینی جمعی تبلور می‌یابد. چنانچه اشاره شد گستره ساختار ماهیت و سیر تطور این‌گونه از کارآفرینی‌های جمعی به میزان زیادی از مناسبات خانوادگی مربوط تأثیر می‌پذیرد. بدین ترتیب سایر نهادها، سازمان‌ها و تشکل‌ها در سطوح گوناگون نیز می‌توانند محلی برای کارآفرینی جمعی واقع شوند (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۸۸).

گونه‌شناسی متنوع سازوکارهای کارآفرینی و ملاحظات موقعیتی خاص بخش تعاون شناسایی و بهره‌گیری از سازوکارهای کارآفرینی مقتضی و متناسب با ملزومات ساختاری بخش تعاون به جهت جریان بخشی، نهادینه‌سازی و درونی‌سازی جریان راهبردی کارآفرینی در این بخش را ضرورت بخشیده است. در این بین با توجه به مباحثی که مطرح شد کارآفرینی جمعی گونه‌ای مناسب برای توسعه کارآفرینی در بخش تعاون به‌شمار می‌رود. از منظر کارآفرینی جمعی سرآغاز روند شکل‌گیری یک گروه کارآفرین، بسان هسته یک تعاونی کارآفرینانه چنان است که فرد یا اعضای ایده‌دار و انگیزه‌مند می‌توانند در مقام عنصر عمده یا فعال محوری یا راهبران پیشرو عمل کنند و با هدایت روند عضوگیری به گردآوری مجموعه‌هایی از اعضا که با برخورداری از ظرفیت‌های مکمل و نه لزوماً مشابه یک گروه کاری تیم یا هسته هم‌افزا و پویا را شکل دهند. بی تردید دید انگیزش‌گری و تسهیل‌سازی از یک سوی یک نهاد حمایتگر می‌تواند رفتار کارآفرینی جمعی منتهی به تعاونی کارآفرینانه پس از شکل‌گیری روابط و رسیدن به انسجام معین حمایت اعتماد و تعهد متقابل اعضا نسبت به همدیگر و نسبت به کلیت گروه یا هسته تعاونی کارآفرینانه را بسان یک نظام یکپارچه سامان بخشد (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۸۸).

ویلکن از کارآفرینی جمعی برای توصیف منبع و ساختار توسعه اقتصادی بهره‌گرفته است. از منظر این محقق یک فرد، خانواده، گروه یا دولت ممکن است به کسب و کارهای مخاطره‌آمیز مبادرت ورزد و در پیشبرد توسعه اقتصادی سهیم شود. به هر حال، شکل کسب‌وکار و توسعه اقتصادی بازتاب فرهنگ، شرایط اقتصادی، سیاست عمومی و دیگر عوامل متعدد تأثیرگذار است (Wilken, 1979). کارآفرینی جمعی خطرپذیری کسب‌وکار و سرمایه‌گذاری را با ارزش‌های اجتماعی، اقدام جمعی درهم می‌آمیزد. براین اساس کارآفرینی جمعی مبین گونه‌ای از اقدام جمعی است که با هدف بهبود اجتماعی و اقتصادی یک جمع یا اجتماع از راه کسب‌وکاری سامان‌دهی شده برای توسعه کالا و خدمات در پرتو هنجارها، ارزش‌ها و شبکه‌های اجتماعی (یا در صورت نیاز از رهگذر تغییر آن‌ها) به انجام می‌رسد (Connell, 1999). دیوید ولف از کارآفرینی جمعی به‌منظور توصیف انگاره‌های تعامل بین

شرکت‌ها بهره‌گرفته است. این برداشت بازتاب یک فرآیند یادگیری جمعی در راستای کسب تسهیم و استفاده از دانش فنی و سایر منابع برای نوآوری و کارآفرینی است. از این لحاظ کارآفرینی جمعی از ظرفیت نهادی کشورها، جوامع بنگاه‌ها و شرکت‌ها برای پویایی و سازگاری ناشی می‌شود (Wolfe, 1997). کارکرد کارآفرینانه از مجرای یک فرآیند کارآفرینی جمعی محقق می‌شود. این برداشت را می‌توان در دو گزاره باز تبیین کرد. نخست این‌که کارآفرینی جمعی مستلزم کنش‌گری مناسب کارگزاران امر است. دوم این‌که روابط متقابل بین فعالان در فرآیند کارآفرینی جمعی نوعی چیدمان نهادی تکثرگرا و شبکه‌ای را شکل می‌دهد (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۸۸). ژوهانسون کارآفرینی جمعی را نماد توجه به ابعاد جمعی کارآفرینی معرفی کرده است (Johannisson, 1997). در این خصوص زیتو بر نقش اجتماعی معرفتی حرفه‌ای و علمی در پیشبرد کارآفرینی جمعی تأکید کرده است (Zito, 2001). ویتا و همکاران نیز کارآفرینی جمعی را در قالب سه مفهوم بسیج منابع، تصمیم‌گیری دموکراتیک و یادگیری جمعی بیان نمودند (Vita et al., 2012). از این‌رو کارآفرینی جمعی به لحاظ گونه‌شناسی چهارچوب ساختاری کارکردی ممکن است در قالب کارآفرینی تعاونی، کارآفرینی خوشه‌ای، کارآفرینی شبکه‌ای، کارآفرینی سازمانی، کارآفرینی شرکتی، کارآفرینی اجتماعی، کارآفرینی خانوادگی، کارآفرینی تیم‌مدار یا گروهی و مانند آن محقق شود. در خصوص کارآفرینی جمعی برداشت زیر را می‌توان از کارآفرینی جمعی کرد: «ظرفیت‌مندی هم‌افزایانه گروهی، شبکه‌ای، خوشه‌ای برای اقدام جمعی مشترک در فرآیند چرخه‌وار شناسایی هوشمندانه، تیزبینانه و بهره‌گیری خلاقانه از فرصت‌ها برای نوآوری هدفمند از راه مدیریت مشارکتی و هماهنگ منابع قابل دسترس و مزیت‌های نسبی موجود و بروز یابنده که نتیجه آن می‌تواند اشتغال‌زایی، سودآوری و درآمدزایی، ابداع و فناوری سامان‌دهی یا توسعه کسب‌وکار تولید و عرضه خدمات مبتکرانه، توسعه زیرساخت‌ها، گسترش بازار، ارزش‌آفرینی و تولید ثروت و رفاه و سایر دستاوردهای (به‌طور جمعی یا اجتماعی) تسهیم شده باشد (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۸۸).

کارآفرینی جمعی همچون یک بنیان رفتاری برای پیدایش ساماندهی و توسعه واحدهای تعاونی بسان فراهم‌سازنده چهارچوب ایده‌زایی، ایده‌پروری، تأمین و بسیج منابع، هم‌افزایی نیروها، نوآوری حمایت شده، خلق و بهره‌گیری از فرصت‌های کارآفرینی در یک چرخه مستمر، ارزش‌زایی جمعی و گروهی یعنی اعضای تعاونی‌ها در نظر گرفته شود که رهاورد آن را می‌توان تحت عنوان تعاونی‌های کارآفرینانه نام نهاد. از شبکه‌سازی، ترویج و تسهیل نهضت تعاونی کارآفرینانه مبتنی بر انسجام اتحاد و

بسیج جمعی و شبکه‌سازی فراگیر و ملی می‌توان شاهد تحقق یک بخش تعاون کارآفرین با توانش لازم برای راهبری مترقیانه اقتصاد ملی بود (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۸۷). کارآفرینی جمعی یکی از گونه‌های کارآفرینی به شمار می‌رود که هرچند به لحاظ ماهیتی با سایر گونه‌های کارآفرینی از مشترکاتی برخوردار است، با این حال پیشبرد آن در عمل نیازمند سازوکارهای خود است. در بنیان فرآیند کارآفرینی جمعی بازتاب شکل‌گیری و تکامل یک گروه حول یک رفتار کارآفرینانه است. بر این پایه می‌توان خاطر نشان کرد، کارآفرینی گروهی با کارآفرینی به شیوه‌ای جمعی همساز است (Ben Hafaiedh, 2007). به واقع کارآفرینی جمعی حاصل هم‌گرایی دو رویکرد کنشی جمعی و کارآفرینی در ساختار تعاونی‌ها است.

ارزیابی گرایش به کارآفرینی جمعی در تعاونی‌های کشاورزی: گرایش به لحاظ واژه‌شناسی ارتباط نزدیکی با مفهوم نگرش دارد و گاهاً مترادف هم به کار برده می‌شود (رفیع‌پور، ۱۳۷۲). واژه نگرش^۱ معادل‌های فارسی متعددی مانند عقیده، طرزتلقی، وجه‌نظر، بازخورد، وضع روانی، ایستار و گرایش دارد، ولی اکنون اصطلاح نگرش یک اصطلاح عامه‌پسند شده و به اشکال مختلفی تعریف می‌شود و در یک تعریف کلی، نگرش عبارت است از یک سازه فرضی که به صورت مستقیم قابل مشاهده نیست و بیشتر با اظهارات کلامی و رفتاری همراه است (ترکان و کجباف، ۱۳۸۷). نگرش مرکب از سه عنصر شناختی، عاطفی (احساسی) و آمادگی برای عمل است (کریمی، ۱۳۸۸). بوهنر و وانگ (۱۳۸۲)، بر این عقیده هستند که هر چند این سه عنصر یا پاسخ ما در برخورد با پدیده‌های اطراف، از همدیگر جدا نیستند ولی با این حال، نگرش‌ها در کل از اجزای شناختی و عاطفی تشکیل می‌شوند. منظور از عنصر شناختی نگرش، اطلاعاتی است که فرد درباره موضوع نگرش دارد؛ مثلاً شناختی که اعضای تعاونی از مقوله کارآفرینی و مشارکت در امر کارآفرینی در قالب تعاونی دارند. عنصر احساسی نگرش، شامل احساساتی است که موضوع نگرش در شخص بر می‌انگیزد، یعنی، موضوع ممکن است خوشایند یا ناخوشایند باشد، ایجاد خوشی و خوشحالی کند یا برانگیزنده نفرت و انزجار باشد. برای نمونه، عضو تعاونی که نسبت به فعالیت کسب‌وکار در قالب تعاونی و همکاری با سایر اعضا احساس مثبتی دارد، مشتاق پرداختن به این امور و ایفای نقش در جریان امور باشد و نسبت به مدیریت و اعضای نوآور و کارآفرین تعاونی که در پی همکاری جمعی هستند، علاقه و احترام خاصی

قابل شود. جزء آمادگی برای عمل در نگرش به این معناست که نگرش شخص را آماده می‌کند تا در برخورد با موضوع نگرش رفتاری از خود نشان دهد. چنانچه نگرش شخص نسبت به موضوعی مثبت باشد، آماده است که کمک کند، ستایش کند، حمایت کند و یا پاداش دهد. گرایش یک فرد درباره یک پدیده عموماً در مرحله‌ای است که آن فرد هنوز با آن پدیده تجربه شخصی زیادی نداشته و به یک تصمیم‌گیری قاطع در این باره برای رد یا پذیرش آن پدیده نرسیده است؛ این در حالی است که نگرش یک مرحله از گرایش جلوتر بوده و از استحکام بیشتری برخوردار بوده و این حالت در رفتار و برخورد افراد با پدیده‌ها کم‌وبیش بازتاب پیدا می‌کند (رفیع‌پور، ۱۳۷۲). در این تحقیق، گرایش بیشتر بازتاب عنصر سوم نگرش است و به معنی و تمایل و آمادگی برای ایفای نقش یا پشتیبانی از کارآفرینی به صورت جمعی در تعاونی است. این موضوع یا برداشت از گرایش در تحقیقات صورت گرفته در حوزه کارآفرینی (با موضوع تمایل به کارآفرینی و تمایل کسب‌وکار) نیز مدنظر قرار گرفته است. در این تحقیقات تمایل و گرایش به کارآفرینی به جهت‌گیری سازنده به این رفتار و نیز متابه آمادگی مبتنی بر برخورداری از خصایص و ویژگی‌های شخصی (نظیر ریسک‌پذیری، نوآوری و نظایر آن) مدنظر قرار گرفته است (Nicolaou et al., 2009 Lachman, 1980).

در ارزیابی گرایش به کارآفرینی جمعی در تعاونی‌ها لازم است خصایص مختلف رویکرد کارآفرینانه مدنظر قرار گیرد. امروزه نظریه کارآفرینی به‌جای این که صرفاً پدیده کارآفرینی را مستندسازی کند، دارای قابلیت‌های تشریح و توصیف رفتار کارآفرین‌ها، پیش‌بینی شرایط منجر به کارآفرینی و ارائه رهنمودهای ارزشی برای اقدام درست در یک شرایط معین است. مطالعه کارآفرینی حیطه گسترده‌ای از رشته‌های مدیریت، اقتصاد، جامعه‌شناسی و روانشناسی را دربرمی‌گیرد و دارای اهمیت میان‌رشته‌ای است. لذا نظریه کارآفرینی را می‌توان بر مبنای نگرشی در قالب چهار دیدگاه روانشناختی، فرهنگی - اجتماعی، اقتصادی و شبکه‌های ارتباطی بررسی کرد.

در اینجا سه رویکرد کارآفرینی به‌طور مختصر مطرح شده است. هر رویکرد دارای مزایا و معایب خاص خود هستند؛ با این حال آن‌ها درک ما را از فرآیند کارآفرینی بالا می‌برند (کردنائیچ و همکاران، ۱۳۸۶):

۱. **رویکرد اقتصادی:** اقتصاددانان نقش کارآفرین را در قرن‌های گذشته شناسایی کرده و مورد بحث قرار داده‌اند و چندین مکتب فکری برای آن به‌وجود آورده‌اند. رویکرد اقتصادی در قالب دو رویکرد قابل بررسی است که عبارتند از:

الف) اقتصاد کلاسیک: اقتصاد کلاسیک به سهم اقتصاد در پیش از اواخر قرن نوزدهم اشاره دارد که در اغلب موارد به اقتصاد سیاسی معروف شده است.

ب) اقتصاد نئوکلاسیک: اقتصاد نئوکلاسیک با اقتصاد دستوری که دولت‌ها تصمیم می‌گیرند تا منابع را تخصیص بدهد مرتبط نیست بلکه اقتصاد نئوکلاسیک با علوم اقتصادی مبتنی بر بازار آزاد یا ترکیبی که عوامل بازار در آن تعیین کننده هستند، در ارتباط است. در اقتصاد نئوکلاسیک اعتقاد بر آن است که وقتی سیستم در تعادل به سر می‌برد گرایش کمی به کارآفرینی وجود دارد.

۲. رویکرد فرهنگی - اجتماعی: این رویکرد کارآفرین را به محیط یا زمینه فرهنگی - اجتماعی مرتبط می‌کند و به فرهنگ به عنوان عامل تعیین کننده کارآفرینی می‌نگرد و برای رشد کارآفرینی در یک جامعه تناسب بین سازه‌های ایدئولوژیکی و رفتار اقتصادی را ضروری می‌داند. این رویکرد، کارآفرین را به عنوان یک تصمیم‌گیرنده که درون یک مجموعه فرهنگی - اجتماعی خاص عمل می‌کند، می‌نگرد.

۳. رویکرد ویژگی‌های شخصیتی: طبق این رویکرد، ویژگی‌های شخصیتی مشخص و معینی، افراد را مستعد کارآفرینی می‌کند. افراد کارآفرین از ویژگی‌های شخصیتی خاصی برخوردارند مخاطره‌پذیری (اعتدال)، نوآوری و خلاقیت، مسئولیت‌پذیری، داشتن عزت و اعتماد به نفس، خواهان احترام، منزلت و شهرت اجتماعی، خواهان آزادی و ابتکار عمل، توانایی برقراری ارتباطات قوی با دیگران، واقع‌گرایی، هدف‌گرایی، آرزومندی، توفیق‌طلبی و رشدگرایی، قدرت‌طلبی، تهاجمی بودن (اندیشه و رفتار آوانگارد گونه)، ظرفیت راهبری، تحمل ابهام و عدم قطعیت، توانایی واکنش به مسائل و مشکلات، پرنرژی، انگیزه‌مندی، خوش‌بینی، نوع‌دوستی، متعهد بودن، استقلال‌طلبی و گرایش به ارزش‌های شخصی، خواهان شناخت و کسب مهارت و دانش فنی (توسعه حرفه‌ای) و داشتن مرکز کنترل درونی بخشی از ویژگی‌های این افراد است (احمدپورداریانی، ۱۳۸۱ و Solymossy, 2005).

در این مقاله از رویکرد سوم یعنی رویکرد خصیصه‌شناسی کارآفرینی برای تدوین مجموعه‌ای از خصایص نمایا برای درک گرایش به کارآفرینی در تعاونی‌ها بهره گرفته شده است. در واقع زمانی که از کارآفرینی جمعی در تعاونی‌ها سخن به میان می‌آید؛ همگرایی سه عنصر خصایص کارآفرینانه، عمل جمعی و ساختار تعاونی به صورت درهم تنیده‌ای مطرح است.

گرایش به کارآفرینی یا رفتار کارآفرینانه + اقدام جمعی + ساختار تعاونی = کارآفرینی جمعی در تعاونی‌ها (کارآفرینی تعاونی منجر به تعاونی کارآفرین)

تعاونی‌ها نوعی اقدام جمعی سازماندهی شده به‌شمار می‌روند و بازتاب آن‌گونه ابعاد جمعی می‌باشند که کمابیش در فرآیند کارآفرینی جمعی مصداق دارند. به واقع تعاونی‌ها یکی از بارزترین نمونه‌های کارآفرینی جمعی به‌شمار می‌روند. در عمل، تعاونی‌ها بر پایه اقدام جمعی استوارند. در این خصوص می‌توان برهان‌های زیر را بیان نمود: نخست این‌که، تعاونی‌ها گروه‌های دارای امتیاز و مزیت به‌شمار می‌روند، چرا که انتظار می‌رود نفع خالص دریافتی اعضا مثبت باشد. این امر از طریق تضمین بازار برای کالا و خدمات ارائه شده از سوی تعاونی، توزیع منصفانه و مناسب منافع بین اعضا و غیره محقق می‌شود (شریف‌زاده و عبدالله‌زاده،). دوم این‌که، بر پایه منطق اقدام جمعی که در مورد کارآفرینی جمعی مصداق داشت، عرف و میثاق مشترک نقش مهمی در تداوم کارکرد تعاونی‌ها ایفا می‌کند (Thordarson, 1990). سوم این‌که، کارآفرینی زمانی از احتمال بروز و پیشرفت بیشتری برخوردار است که متضمن یک ارزش اجتماعی باشد (Shapiro and Sokol, 1982). از این‌رو، تعاونی‌ها که ارزش‌افزایی اجتماعی آن‌ها به خوبی شناخته شده است و بستری برای اقدام جمعی و نیز کارآفرینی (در مقام یک شرکت، کسب‌وکار، کارآفرین اجتماعی و غیره) به‌شمار می‌روند، به خوبی با کارآفرینی جمعی همسو و همسازند. به واقع تعاونی‌ها با بسترسازی برای هم‌گرایی هم‌افزای دو خصیصه کنش‌ورزی، یعنی جمعی و کارآفرینی مصداق خوبی برای کارآفرینی جمعی به‌شمار می‌روند. با توجه به در نظر گرفتن این رویکردها و خصایص کارآفرینانه، کار گروهی، اقدام جمعی، ساختار سازمانی و مدیریتی تعاونی‌های کشاورزی در جدول (۱) مجموعه‌ای از گویه‌ها برای ارزیابی گرایش به کارآفرینی جمعی در تعاونی‌های کشاورزی ارائه شده است.

جدول ۱- ارزیابی گرایش به کارآفرینی جمعی در تعاونی‌های کشاورزی.

ویژگی‌های مجموعه تعاونی شامل مدیریت و اعضا	
۱- همواره ایده‌ها و افکار جدید برای بهبود عملکرد تعاونی را با همدیگر تسهیم می‌کنند.	۱۶- همواره سعی می‌کنند با سنجیدن شرایط، دورنمایی از وضعیت تعاونی در آینده ترسیم کنند.
۲- همواره تلاش می‌کنند تا تعاونی از سایر رقبا (تعاونی‌ها و شرکت‌های دیگر) پیشی بگیرد و سرآمد شود.	۱۷- حاضرند برای موفقیت تعاونی از منافع فردی چشم‌پوشی کنند.
۳- پیامدهای منفی و ناخواسته تغییر و تحول در فعالیت تعاونی را می‌پذیرند.	۱۸- در صورت عدم موفقیت تعاونی در یک مقطع زمانی، باز هم برای موفقیت دوباره آن تلاش می‌کنند.
۴- به‌خاطر رسیدن به سود بیشتر حاضرند ریسک کنند.	۱۹- نسبت به تسهیم شفاف اطلاعات و اخبار با سایرین در تعاونی حساس و مسئول هستند.
۵- تلاش می‌کنند از تجربه سایر تعاونی‌ها و شرکت‌ها استفاده کنند.	۲۰- به بازنگری و درس‌گیری مداوم از فعالیت‌ها و تجارب تعاونی حساس و مسئولند.
۶- از آموزش و مشاوره برای ارتقای دانش و مهارت استقبال می‌کنند.	۲۱- به نیازها و خواسته‌های مشتریان تعاونی در تولید و عرضه توجه می‌شود.
۷- از جذب فناوری و شیوه‌های جدید تولید حمایت می‌کنند.	۲۲- از شراکت و همکاری تعاونی با سایر تعاونی‌ها و شرکت‌ها در راستای موفقیت بیشتر تعاونی حمایت می‌کنند.
۸- از سرمایه‌گذاری در توسعه زیرساخت‌های تولید حمایت می‌کنند.	۲۳- به صورت خودجوش و داوطلبانه (بدون نیاز به دستور و یا سفارش دیگران) نهایت تلاش خود را برای موفقیت تعاونی انجام می‌دهند.
۹- از افزایش تولید و سهم فروش تعاونی در بازار حمایت می‌کنند.	۲۴- از اینکه تعاونی به موفقیت دست پیدا کند به خود می‌بالند و به آن افتخار می‌کنند.
۱۰- همواره به بررسی حوزه فعالیت تعاونی برای شناسایی منابع و فرصت‌های جدید مشغولند.	۲۵- از تنوع در تولید محصول، بازار خرید و فروش و ... تعاونی حمایت می‌کنند.
۱۱- همواره بازار فعالیت تعاونی (عرضه و تقاضا، قیمت نهاده‌ها و فروش محصولات) را رصد می‌کنند.	۲۶- از خلاقیت و نوآوری مدیریت تعاونی در تولید و عرضه محصول/ خدمات استقبال می‌کنند.
۱۲- به توانمندی‌ها و ظرفیت‌های مجموعه تعاونی خود باور دارند.	۲۷- تلاش می‌کنند مجموعه تعاونی به صورت هدفمند و با برنامه مدیریت شود.
۱۳- همواره با تکیه بر تلاش جمعی در پی افزایش کمی و کیفی تولیدات تعاونی هستند.	۲۸- از حل مسایل و مشکلات محلی توسط تعاونی حمایت می‌کنند.
۱۴- حاضرند سختی‌های پیش روی فعالیت تعاونی را برای رسیدن به موفقیت تحمل کنند.	۲۹- به شایستگی و اخلاقیت افراد برای بهبود تعاونی بها می‌دهند.
۱۵- نسبت به انجام تعهدات تعاونی به دیگران و حفظ اعتبار آن حساس و مسئولیت‌پذیرند.	۳۰- در کل، فضا و جو کلی تعاونی به گونه‌ای است که موجب تشویق افراد به اخلاقیت و نوآوری می‌شود.

این ویژگی‌ها می‌تواند چارچوب مناسب و جامعی را برای مطالعه گرایش به کارآفرینی جمعی در تعاونی تولید کشاورزی فراهم نماید و توسط محققان مختلف به بوته آزمایش گذارده شود تا میزان اثربخشی آن سنجیده شود.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

گرایش به کارآفرینی جمعی نیازمند شناسایی ساختارهای مناسب و راه‌کارهای مؤثری است که بتواند شرایط لازم برای تحقق کارآفرینی جمعی در سطح کل 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 جمعی محسوب می‌شود. در نتیجه تشویق تعاونی‌ها برای گرایش به کارهای تولید خود به شیوه کارآفرینی جمعی، مناسب‌ترین راهبرد برای پاسخگویی به چالش‌ها به ویژه اقتصادی در تعاونی‌های کشاورزی می‌باشد. گرایش به کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی همانند سایر سازمان‌ها مقوله‌ای پیچیده و چندبعدی بوده و عامل مدیریت و اعضا، مهمترین عامل مؤثر بر گرایش به کارآفرینی جمعی در تعاونی‌ها به شمار می‌رود، پیشنهاد می‌شود به مبحث عامل انسانی و مدیریتی توجه ویژه شود و از مدیریت سنتی در تعاونی‌ها اجتناب شود. همچنین برای ایجاد اثرات مثبت در تعاونی‌ها ضروری است تا شرایط و زمینه‌های لازم برای حمایت و گرایش به کارآفرینی جمعی در تعاونی‌ها 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:

۱- برنامه‌ریزی برای اصلاح ساختار نهادی شرکت‌های تعاونی: پذیرش ریسک به‌عنوان خصیصه‌ای مثبت، حمایت از طرح‌های نوآورانه آزمایشی کوچک، استفاده از ایده‌های جدید اعضا و اعتقاد به مدیریت مشارکتی؛

۲- حمایت‌های مالی: تسهیلات مالی جهت ارتقاء کیفیت تولیدات، تسهیلات مالی جهت افزایش بهره‌وری، تسهیلات مالی جهت رفع نیازهای نقدینگی، تسهیلات مالی جهت خرید مواد اولیه؛

۳- حمایت‌های قانونی: حمایت از بهبود فضای کسب‌وکار، اصلاح قوانین و مقررات مرتبط، حمایت از توسعه فناوری، اعطای معافیت‌های مالیاتی برای شرکت‌های تازه تأسیس؛

۴- حمایت‌های مشاوره‌ای: ارائه خدمات مشاوره مدیریت، ارائه خدمات مشاوره مالی، ارائه خدمات مشاوره بازاریابی و ارائه خدمات مشاوره حقوقی؛

- 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، آموزش‌های کارآفرینی؛
- ۵- حمایت‌های اطلاع‌رسانی: خدمات اطلاع‌رسانی مدیریت، خدمات اطلاع‌رسانی فنی و معرفی فناوری‌های جدید به شرکت‌های تعاونی با تأکید بیشتر در سطح نواحی روستایی به دلیل دسترسی کمتر آن‌ها به فناوری‌های جدید؛
- ۶- تقویت ویژگی‌های کارآفرینی در اعضا شرکت‌های تعاونی توسط مدیران تعاونی‌ها: ارزش قائل شدن برای فعالیت‌های نوآورانه و استفاده از انواع روش‌های تشویقی و حمایتی.

منابع

۱. احمدپور داریانی، م. ۱۳۸۱. کارآفرینی: تعاریف، نظریه‌ها و مدل؛ تهران: پردیس ۵۷، ۳۰۰ ص.
۲. احمدپور داریانی، م. ۱۳۸۲. آیا کارآفرینی استراتژی دانشگاه‌ها را تغییر می‌دهد؟ فصلنامه علمی و پژوهشی رهیافت، ۲۹: ۱۵-۲۵.
۳. امینی، الف. زینل همدانی، ع. و رضانی، م. ۱۳۸۷. ارزیابی مهمترین مولفه‌های درون‌سازمانی در موفقیت شرکت‌های تعاونی مرغداران تهران. علوم و فنون کشاورزی و منابع طبیعی، ۱۲ (۴۳): ۲۸۵-۲۹۵.
۴. براتلو، ف. ۱۳۸۶. کارآفرینی فرهنگی: پیام‌هایی برای بومی‌سازی. ماهنامه اطلاعات اقتصادی-سیاسی. ۲۳۷ و ۲۳۸: ۱۳۶-۱۴۳.
۵. بوهنر، ج. و وانک، م. ۱۳۸۲. نگرش و تغییر آن. ترجمه صادقی بنیس، م. تهران: نشر ساوالان.
۶. ترکان، ه. و کجیاف، م. ۱۳۸۷. نگرش چیست؟ توسعه علوم رفتاری. فصلنامه روان‌شناسی اجتماعی، ۵۴: ۱-۴۹.
۷. توسلی، ف. و چرمچیان لنگرودی، م. ۱۳۹۳. بررسی سازه‌های مؤثر بر تقویت روحیه کارآفرینی اعضای تعاونی‌های تولید کشاورزی. فصلنامه نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی، ۱۲ (۵۴): ۵۸-۴۶.
۸. حیدری، ف.، نادری مهدی، ک.، یعقوبی فرانی، ا. و حیدری، ع. ۱۳۹۴. شاخص‌های شناسایی تعاونی‌های موفق کشاورزی. تعاون و کشاورزی، ۴ (۱۴): ۹۳-۶۰.

۹. دنیائی، ح.، یعقوبی، ج.، و رجایی، ی. ۱۳۸۹. عوامل مؤثر بر تقویت و توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی. تعاون، ۲۱ (۳): ۱۱۱-۱۲۴.
۱۰. رفیع‌پور، ف. ۱۳۷۲. سنجش گرایش روستاییان نسبت به جهاد سازندگی، پژوهشی در سه استان اصفهان، فارس و خراسان. تهران: مرکز تحقیقات و بررسی مسائل روستایی وزارت جهاد سازندگی.
۱۱. شریف‌زاده، ا.، رضوی، م.، عربیون، ا.، و غلامرضایی، س. ۱۳۸۷. تسهیل کارآفرینی جمعی به‌عنوان بنیان رفتاری برای پیدایش و توسعه تعاونی‌های کارآفرین. ماهنامه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تعاون، ۱۹۶: ۶۸-۴۶.
۱۲. شریف‌زاده، ا.، رضوی، م.، عربیون، ا.، و شریفی، م. ۱۳۸۸. تسهیل کارآفرینی جمعی. دانشنامه کارآفرینی، جلد اول: ۳۷۱-۳۵۴.
۱۳. شریف‌زاده، م. و عبدالله‌زاده، غ.ح. ۱۳۹۴. کارآفرینی جمعی در تعاونی. دانشنامه تعاون. ۸۱۰-۸۲۱.
۱۴. صمدآقایی، ج. ۱۳۸۲. سازمان‌های کارآفرین (ترجمه و تالیف). تهران. موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی.
۱۵. طیبی، س.ک.، و نصر اصفهانی، ر. ۱۳۸۷. ارزیابی دوره‌های آموزشی کارآفرینی بر ضریب کارآفرینی. خلاصه مقالات همایش تعاون و کارآفرینی.
۱۶. عباسی، ر.، رسول‌زاده، ب.، و عباسی، پ. ۱۳۸۸. عوامل مؤثر بر موفقیت و عدم موفقیت تعاونی‌های تولیدی استان اردبیل، فصلنامه تعاون، ۲۰ (۲۱۰ و ۲۱۱): ۷۱-۹۰.
۱۷. کردنائیچ، ا.، زالی، م.، هومن، ح.ع.، و شمس، ش.ا. ۱۳۸۶. ابزار سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان ایرانی. دفتر نشر آثار علمی، انتشارات دانشگاه تربیت مدرس، ۸۰-۴۹.
۱۸. کریمی، یوسف. ۱۳۸۸. نگرش و تغییر نگرش. تهران: نشر ویرایش.
۱۹. هزارجریبی، جعفر. ۱۳۸۴. کارآفرینی. تهران، انتشارات پژوهشکده امور اقتصادی.
20. Ben Hafaiedn, C. 2007. The Role of Entrepreneurship in U.S and European Job Growth. Monthly Labor Review, July 2000.
21. Bijman, J., and Doorneweert, B. 2010. Collective Entrepreneurship and the Producer Owned Co-operative. Co-operative Studies, 3(43): 5- 16
22. Connell, D.J. 1999. Collective Entrepreneurship: In Search of Meaning. Available Online at Retrieved From: <http://www.djconnell.ca/papers.html> (Accessed 10 May 2015).

23. Jonsson, J.O., and Gahler, M. 1997. Family Dissolution, Family Reconstitution, and Childrens Educational Careers: Recent Evidence for Sweden, *Demography*, 34(2): 277-293.
24. Jun, Y., Sorenson, R.L. 2003. Collective Entrepreneurship in Family Firms: The Influence of Leader Attitudes and Behaviors. *New England Journal of Entrepreneurship*, 6(2): 36- 51.
25. Lachman, R. 1980. Toward Measurement of Entrepreneurial Tendencies. *Management International Review*, 20(2): 108-116
26. Mohanty, S.K. 2006. *Fundamental of Entrepreneurship*, Prentice-Hall of India.
27. Nicolaou, N., Shane, S., Cherkas, L., and Spector, T.D. 2009. Opportunity Recognition and The Tendency to be an Entrepreneur: A Bivariate Genetics Perspective. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 110: 108–117.
28. Royce, F. 1996. *Cooperating Agricultural Operations Management Cuban Sugarcane Farm*. A Thesis Presented to Graduate School of the University of Florida Partial Fulfillment of the Require Thesis for the Degree of Master of Science, University of Florida.
29. Stevenson, H., and David, E., Gumpert, 1985. The Heart of Entrepreneurship. *Harvard Business Review*, 85: 85-94.
30. Solymossy, E. 2005., “Entrepreneurship in Extreme Environments: Building an Expanded Model”; *International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol. 1, Pp: 501–518.
31. Shapero, A., and Sokol, L. 1982. The Social Dimensions of Entrepreneurship. In: Kent, C.A., D.L. Sexton, and K.H. Vesper (Eds.). *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs. N. J.: Prentice-Hall.
32. Thordarson, B. 1990. *Banking on the Grass Roots: Cooperatives in Global Development*. Ottawa: The North-South Institute.
33. Vieta, M.A., Tarhan, M.D., and Duguid, F. 2012. *From Collective to Co-operative Entrepreneurship in Canada’s New Co-operatives*. Ontario Institute for Studies in Education, University of Toronto.
34. Wilken, P.H. 1979. *Entrepreneurship comparative and Historical Study*. Norwood, N. J: Ablex Publishing Corporation.
35. Wolfe, D.A. 1997. *The Emergence of the Region State*. Paper Prepared for The Bell Canada Papers 5: *The Nation State in a Global Information Era: Policy Challenges*. Kingston. ON: Queen’s University.
36. Zito, A.R. 2001. Epistemic Communities Collective Entrepreneurship and European integration. *Journal of European Public Policy*, 8(4): 585-603.



Gorgan University of Agricultural
Sciences and Natural Resources

Journal of Entrepreneurship in Agriculture Vol. 3(2), 2016
<http://jead.gau.ac.ir>

The tendency to collective entrepreneurship in agricultural cooperatives

E. Rostami Flourdi¹, *M.Sh. Sharifzadeh² and Gh.H. Abdollahzadeh³

¹M.Sc. Student of Agricultural Extension and Education, Gorgan University of Agriculture and Natural Resource, ²Associate Prof., Dept of Agricultural Extension and Education, Gorgan University of Agriculture and Natural Resource, ³Associate Prof., Dept of Agricultural Extension and Education, Gorgan University of Agriculture and Natural Resource

Received: 27/3/2016 ; Accepted: 18/8/2016

Abstract

Creativity and innovation and ability to explore new opportunities are the most striking characteristics of entrepreneurs and the cooperative sector is the best context for developing and the improvement of entrepreneurship and collective entrepreneurial orientation. This paper aimed to investigate the tendency to collective entrepreneurship in agricultural production cooperatives. Required information was gathered from the literature review and related research background through library study method. The results show that there is a strong relationship between cooperatives and entrepreneurship so that the entrepreneurship constitutes one of the main preconditions for success of cooperatives. Actually, cooperatives can take advantage of collective entrepreneurship elements such as creativity, innovation, identify and take advantage of opportunities, risk taking increase their efficiency and effectiveness and to act in a more successful way. Therefore, financial, legal, educational, advisory and information supports from organizations and relevant institutions are necessary to develop and strengthen the collective entrepreneurship tendency in cooperatives.

Keywords: Entrepreneurship, Collective entrepreneurship, Agricultural cooperatives, Collective entrepreneurial tendency

*Corresponding author: sharifsharifzadeh@gmail.com