



دانشگاه گوارزی و منابع طبیعی گوارز

نشریه کارآفرینی در کشاورزی

جلد سوم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۵

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

تحلیلی بر عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌ها

*احسان خسروی^۱، سعید غلام‌رضایی^۲، مهدی رحیمیان^۲ و مرتضی اکبری^۳

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه توسعه روستایی، دانشگاه لرستان، آستادیار، گروه توسعه روستایی،

دانشگاه لرستان، آستادیار، گروه کارآفرینی فناورانه، دانشگاه تهران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۶/۲۱؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۰/۲۵

چکیده

یکی از بخش‌های مهم اقتصاد کشور که در قانون اساسی نیز بر آن تأکید شده، بخش تعاون است. تعاونی‌ها نوعی مؤسسه خودگردان هستند که از اتحاد داوطلبانه افراد جهت دستیابی به اهداف و خواست‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی از طریق ایجاد کسب‌وکارهای با مالکیت مشترک و مدیریت دموکراتیک، تشکیل شده‌اند. متأسفانه این نهاد اقتصادی - اجتماعی نتوانسته است در کشور رشد و توسعه یابد. یکی از این دلایل آن، عدم توجه به نهادینه شدن پدیده کارآفرینی سازمانی است. وجود این مهم، مسبب پایداری، ماندگاری و پویایی این نوع کسب‌وکارها خواهد شد. مطالعه مروری حاضر با هدف تبیین کارآفرینی سازمانی و واکاوی عوامل مؤثر بر آن با تأکید بر زیربخش شرکت‌های تعاونی‌ها انجام گرفته است. با بررسی و تحلیل مطالب این مقاله مروری می‌توان عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی را در ۸ دسته جای داد که شامل عوامل مالی - اقتصادی، زیرساختی، مدیریتی، اجتماعی، ارتباطی - اطلاعاتی، آموزشی، قانونی و فرهنگ سازمانی می‌باشند.

واژه‌های کلیدی: توسعه کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی، تعاونی‌ها

*مسئول مکاتبه: e.khosravi1369@gmail.com

مقدمه

انسان به‌عنوان موجودی هدفمند، از دیرباز دریافته که بهترین استراتژی برای دستیابی به اهداف و رسیدن به خواسته‌ها و ارضای نیازهایش، خودسازماندهی^۱ است و این امر مستلزم همکاری و هماهنگی مشترکی در میان آن‌ها است که برای دستیابی به اهداف مشترک صورت می‌پذیرد (موسوی و غلامرضایی، ۱۳۹۰). از طرفی، یکی از بخش‌های مهم اقتصاد کشور که در قانون اساسی نیز بر آن تأکید شده، بخش تعاون است. تعاون به مفهوم خاص آن، به نوع مشخصی از کار کردن با یکدیگر اشاره دارد که از طریق تشکیل سازمان و به‌کارگیری روش‌های مدیریتی خاص، دسترسی به اهداف مشترک را امکان‌پذیر می‌سازد (بیرانوند و همکاران، ۱۳۹۱). این‌گونه مؤسسات خودگردان بر ارزش‌هایی چون خودیاری، دموکراسی، انصاف، برابری، انسجام و صداقت پایه‌گذاری شده‌اند (ICA.COOP, 2016).

با توجه به ماهیت و ارزش‌های حاکم بر تعاونی‌ها، به‌نظر می‌رسد که توجه و تقویت این الگوی کسب‌وکار، بتواند در بخش روستایی و کشاورزی، سودمند و کارا باشد. امروزه تعاونی‌های کشاورزی در بسیاری از کشورها، نقش تعیین‌کننده‌ای در توسعه روستایی، کشاورزی و اقتصاد ملی دارند. تعاونی‌های کشاورزی فنلاند، سنگاپور، آمریکا، دانمارک، کره‌ی جنوبی، نروژ، لهستان، اروگوئه، ژاپن، کانادا و چین سهم قابل توجهی در اقتصاد کشورهای خود دارند. تعاونی‌های کشاورزی ایران علی‌رغم جایگاه قانونی خوب، نتوانسته‌اند نقش مؤثری در اقتصاد کشاورزی ایران ایفا نمایند (علی‌محمدی، ۱۳۹۱).

در این بین با توجه به ماهیت و سرشت غالب تشکیل‌دهندگان و مؤسسان این نوع کسب‌وکارها، ممکن است به‌دلیل ناآشنایی، ناتوانی و درک ناکافی اعضا از مقوله کارآفرینی سازمانی، این مهم در این نهادها، نهادینه نشده باشد. مبحث توسعه کارآفرینی بخش جدایی‌ناپذیر و کلیدی مباحث توسعه اقتصادی در کشورهای پیشرفته و در حال توسعه می‌باشد (پورآتشی، ۱۳۸۷). کارآفرینی سازمانی سهم چشمگیری در توفیق و تعالی سازمان‌ها به‌ویژه در تعاونی‌ها دارد.

در ایران نیز به دلایلی چون ضعف توسعه نهادی، مداخله و ورود بیش از حد دولت در بخش خصوصی، وابستگی مردم به اقتصاد دولتی، کم‌تجربگی در زمینه‌های خصوصی‌سازی، واگذاری و تمرکززدایی، نبود حاکمیت نظام شایسته‌سالاری، سوگیری‌های سیاسی و اجتماعی و پیشینه تاریخی مغایر با دموکراسی و خودگردانی، پدیده کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی به درستی نهادینه نشده است. این کاستی نه تنها در بخش خصوصی بلکه در بخش تعاون نیز بسیار بارز می‌باشد. به‌طوری که بر

اساس گزارش دفتر دیده‌بان جهانی کارآفرینی^۱ (۲۰۱۱)، میزان شاخص کارآفرینی سازمانی در ایران، مشابه کشورهای همچون بنگلادش، پاکستان و جامائیکا کمتر از یک درصد است. این در حالی است که مقدار این شاخص برای کشورهای توسعه‌یافته مانند سوئد، دانمارک، بلژیک، فنلاند و ایالات متحده بین ۶ الی ۱۴ درصد متغیر است (Kelley et al., 2012). در کل، کارآفرینی سازمانی می‌تواند به‌عنوان یکی از عوامل اصلی موفقیت سازمان‌ها قلمداد شود؛ چرا که در بقا، رشد و عملکرد سازمان‌ها، نقش اساسی بازی می‌کند (خدایی، ۱۳۸۸).

به‌نظر می‌رسد یکی از ابعاد اصلی تعاونی‌های کشاورزی، توسعه کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌ها است، زیرا کارآفرینی سازمانی و توجه به آن، شرط اساسی در توسعه هر سازمان و به مراتب هر کشور در هزاره سوم می‌باشد (رضایی و حسینی، ۱۳۹۲). از این رو در کشورهای مختلف توجه خاصی به کارآفرینی سازمانی و کارآفرینان سازمانی می‌شود و تقویت کارآفرینی سازمانی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن در تعاونی‌ها، از ابزار پیشرفت اقتصادی کشورها، به‌ویژه کشورهای در حال توسعه به حساب می‌آید. در صورت تحقق این امر، گسترش نوآوری و خلاقیت، بهبود سطح اشتغال در جامعه و رفاه اجتماعی، افزایش کمی و کیفی تولید، افزایش مزیت رقابت اقتصادی در عرصه جهانی و توسعه کشور را موجب خواهد شد. از طرفی سبب رسیدن بخش تعاون به جایگاه واقعی خود در سطح جهانی می‌شود (علی‌محمدی، ۱۳۹۱). در واقع با شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی می‌توان به بهبود وضعیت تعاونی‌ها کمک نمود. حال با توجه به اهمیت کارآفرینی سازمانی در پایداری، پویایی و گسترش بخش تعاون، برای تقویت و توسعه کارآفرینی سازمانی، ابتدا نیاز است که عوامل پیش‌برنده و بازدارنده مؤثر بر آن شناسایی گردد.

مبانی نظری: اگر چه مطالعات زیادی در زمینه کارآفرینی بیان شده است؛ ولی با توجه به پیچیدگی، چند بعدی بودن، دسته‌بندی و تنوع مفاهیم و تعاریف، بایستی مفهوم کارآفرینی سازمانی به‌صورت مستقل، مورد بررسی و تعریف گردد. در ادامه به‌دلیل محوریت موضوع به تعریف، مفهوم، تفاوت‌ها و ویژگی‌های کارآفرینی سازمانی پرداخته می‌شود.

کارآفرینی سازمانی: کارآفرینی سازمانی به معنای توسعه شایستگی‌ها و فرصت‌ها در درون سازمان، از طریق ترکیب منابع جدید است که می‌تواند رشد و نوآوری را در یک سازمان سنتی بهبود بخشد، می‌باشد. امروزه بسیاری از سازمان‌های بزرگ، کارآفرینی سازمانی را به‌عنوان روشی برای کسب مزیت رقابتی در بلند مدت، استفاده می‌کنند (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۰). کارآفرینی سازمانی شامل پرورش

1- GEM: Global Entrepreneurship Monitor

رفتارهای کارآفرینانه در یک سازمان که قبلاً تأسیس گردیده، می‌باشد و بدین معنی است که سازمان‌ها می‌توانند نوآوری‌های مفید را به وسیله تشویق کارکنان برای فکر کردن همانند کارآفرینان، توسعه دهند و به آن‌ها برای تعقیب برنامه‌های خود، آزادی و انعطاف‌پذیری بخشند، بدون این‌که آن‌ها را در باتلاق بوروکراتیک قرار دهند (مقیم‌ی و رمضان، ۱۳۹۲).

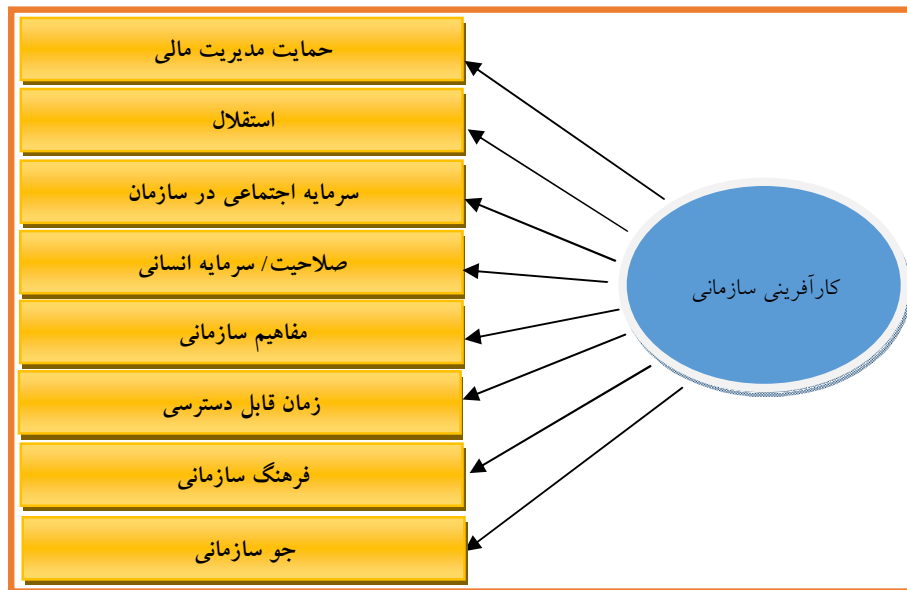
نکته قابل توجه در کارآفرینی سازمانی آن است که در اینجا کل سازمان و کارکنان، دارای روحیه کارآفرینی می‌شوند (احمدپورداریانی، ۱۳۸۹). به عبارتی در کارآفرینی سازمانی، محصولات یا فرآیندهای نوآوری شده از طریق القا و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان، به ظهور می‌رسد (حکمت‌پناه، ۱۳۸۴).

با بررسی مطالب یاد شده می‌توان کارآفرینی سازمانی را نوعی از کارآفرینی دانست که سازمان در آن از طریق خلاقیت، نوآوری، مخاطره‌پذیری و پیشتازی به دنبال کسب سود، رقابت، پویایی و ماندگاری می‌باشد و شکل‌گیری این سازمان به طوری است که از طریق اعمال سیاست‌های آزادی عمل، حمایت مالی، ایجاد جو و فرهنگ سازمانی منعطف و پشتیبان ریسک‌کننده، ساختار سازمانی مشوق نوآوری و ریسک، مجموعه اعضای سازمان را در قالب یک واحد مشترک و هم‌هدف به سمت کارآفرینی آن سازمان که افراد خود را در سود و پیشرفت آن سهام می‌دانند، سوق می‌دهد.

شاخص‌های کارآفرینی سازمانی: جهت تشخیص و تمیز کارآفرینی سازمانی از مقوله‌های نزدیک همچون سازمان کارآفرین و کارآفرینی درون سازمانی می‌بایست شاخص‌ها و معیارهایی را مدنظر قرار داد. در این بین، می‌توان به شاخص‌ها و تشریح آن‌ها به شرح زیر اشاره نمود (حسین‌پور و زارعی‌وش، ۱۳۸۹):

۱. نوآوری: ارائه ایده‌های جدید و تبدیل آن‌ها به محصول یا خدمات جدید؛
۲. ساختار: غیرمتمرکز، غیررسمی بودن و گروهی بودن کارها؛
۳. فرهنگ سازمانی: حمایت از ریسک‌پذیری، نوآوری و ایده‌های جدید افراد در تمامی سطوح سازمان و ارزش قائل شدن و مورد تشویق قرارگرفتن کار گروهی؛
۴. استراتژی‌ها: داشتن بیانیه مأموریت و آرمان مشترک، مدون، واضح، منعطف، آینده‌نگر، مشتری‌گرا و مشوق تغییر و نوآوری؛
۵. ریسک‌پذیری: تمایل به اقدامات مخاطره‌آمیز و به کارگیری منابع در این راه با نتایج نامطمئن؛
۶. تحقیق و توسعه: ارتباط نزدیک و مستمر واحد تحقیق و توسعه با مشتریان، تحقیقات بازار کارآفرینان و سایر واحدها و بالابردن مخارج و هزینه‌های واحد تحقیق و توسعه نسبت به رقبا.

عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی سازمانی: عوامل مختلفی بر کارآفرینی سازمانی تأثیرگذار می‌باشند. برای ترویج کارآفرینی سازمانی باید شرایط مناسبی در درون سازمان وجود داشته باشد. عواملی که وسعت کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهند، جو یا محیط کارآفرینی نامیده می‌شوند^۱. جو سازمانی، فرآیندهای روان‌شناختی و سازمانی نظیر ارتباطات، حل مشکل، تصمیم‌گیری، مدیریت تعارض، یادگیری، انگیزش، رضایت شغلی، توانایی نوآوری و در نهایت کارایی و بهره‌وری سازمانی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. بر اساس شکل (۱) علاوه بر جو و فرهنگ سازمانی، می‌توان به مواردی چون استقلال، سرمایه‌های اجتماعی، حمایت‌های مالی اشاره نمود (Williamsvill, 2009).
 مرور ادبیات در حوزه کارآفرینی سازمانی، بیانگر آن است که این پدیده مفهومی چند بعدی و پیچیده است که ابعاد و مؤلفه‌های متعددی دارد و از دو جهت قابل بررسی می‌باشد؛ اول گرایش کارآفرینانه و دوم مدیریت کارآفرینانه.



شکل ۱- عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی (Williamsvill, 2009).

۱- بین فرهنگ و جو سازمانی تفاوت‌هایی وجود دارد. فرهنگ یک سازمان شامل ارزش‌ها، اعتقادات، تاریخچه، سنت‌ها و غیره است که مبانی عمیق‌تر سازمان را منعکس می‌کند. فرهنگ دارای سابقه طولانی عمیقاً ریشه‌دار است که معمولاً به کندی تغییر می‌کند. اما جو سازمانی، بیان‌گر الگوهای متناوب رفتاری است که در محیط روزمره سازمان به وسیله افراد با تجربه، درک و تفسیر می‌شود (Williamsvill, 2009).

در بحث گرایش کارآفرینانه که مؤلفه‌های موجود در این زمینه را به بعد نوآوری، پیشگامی، نوسازی راهبردی و ریسک‌پذیری تقسیم کرده‌اند (Miles et al., 2009; Scheepers et al., 2008). در این زمینه، ریسک‌پذیری شامل آمادگی سازمان برای استفاده از منابع برای بهره‌گیری از فرصت‌ها و شروع پروژه‌ها بدون اطلاع از نتایج و بازگشت سرمایه است (Hough and Scheepers, 2008). نوسازی راهبردی یک سازمان مستلزم تغییر و اصلاح در مأموریت سازمانی، سازماندهی مجدد و ایجاد تغییرات وسیع در سیستم سازمانی یک سازمان است (Heinonen and Korvela, 2005). پیشگامی، یک پیش‌بینی و رفتار برای رفع نیازهای آتی از طریق جست‌وجو و استفاده از فرصت‌هایی تعریف می‌شود که بر توسعه محصولات یا بازار دلالت دارد (Alegre and Chiva, 2009) و در نهایت نوآوری به تولید و خلق محصولات، خدمات، فرآیندها، فناوری‌ها و مدل‌های جدید کسب‌وکار اشاره دارد (Hough and Scheepers, 2008). از دیدگاهی دیگر نوآوری، انعکاس تمایل شرکت به ایده‌های جدید و فرآیندهای خلاق است که نتیجه‌اش امکان دارد در محصولات، خدمات و یا فرآیندهای فناورانه جدید باشد. ریسک‌پذیری تمایل شرکت‌ها به تخصیص منابع اساسی برای پروژه‌هایی که احتمال شکست یا موفقیت در آن‌ها وجود دارد را نشان می‌دهد. ریسک‌پذیری را می‌توان به پیگیری سریع فرصت‌ها، تأمین منابع و انجام فعالیت‌های متهورانه ارجاع داد (کردنائیج و همکاران، ۱۳۸۸). همچنین پیشگامی دلالت بر گرایش شرکت‌ها در کشف فرصت‌های جدید دارد (Chang et al., 2007). سازمان‌های پیش‌تاز بر روندهای بازار نظارت کرده، نیازهای آینده مشتریان فعلی را شناسایی و تغییرات در تقاضا یا ظهور مشکلاتی که می‌تواند به فرصت ایجاد شرکت جدید منجر شود را پیش‌بینی می‌کنند. در بسیاری از مطالعات، رویکرد تهاجمی با پیشگامی به عنوان یک متغیر در نظر گرفته می‌شوند (Antonicic, 2007). صاحب‌نظران در تعاریف خود مشخص کردند که این دو عامل از یکدیگر متمایز هستند. پیشگامی، پاسخ به فرصت‌ها می‌باشد در حالی که رویکرد تهاجمی پاسخ به تهدیدها است (Lee et al., 2011). استقلال‌طلبی، اشاره به فعالیت‌های مستقل افراد و یا گروه‌ها در ایجاد ایده و اجرای آن‌ها دارد (همان).

در این بین فاکس، عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی را به دو دسته الف) گرایش‌های کارآفرینانه که مشتمل بر نوآوری، پیشگامی، ریسک‌پذیری و نوسازی راهبردی و ب) مدیریت کارآفرینانه شامل استراتژی محوری، منابع محوری، ساختار مدیریت، فلسفه پاداش و فرهنگ کارآفرینانه می‌داند (Fox, 2008).

با توجه به حساسیت و پیچیدگی موضوع علاوه بر مباحث ارائه شده در ادامه به خلاصه برخی پژوهش‌های انجام شده در این زمینه اشاره می‌شود (جدول ۱).

جدول ۱- خلاصه برخی از مطالعات انجام شده پیرامون عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی.

پژوهشگر (سال انجام تحقیق)	عنوان پژوهش	خلاصه یافته‌ها
رضایی و حسینی (۱۳۹۲)	طراحی مدل معادلات ساختاری توسعه کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های توسعه روستایی استان زنجان	چهار عامل فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی، محیطی و بهبود مهارت‌های کارآفرینانه اعضا اثر مثبت و معناداری بر متغیر وابسته دارد.
دهقان و همکاران (۱۳۹۱)	پژوهشی پیرامون عوامل مؤثر بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور	نشان دادند که عوامل ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای به‌ترتیب دارای بیشترین ارتباط مستقیم با کارآفرینی سازمانی می‌باشند.
صامعی و فیض‌بخش (۱۳۹۲)	روش‌های توسعه کارآفرینی سازمانی در بنگاه‌های خانوادگی کارآفرین ایرانی	نشان دادند که مجموعه اقدامات انجام شده را می‌توان در دو سطح کسب‌وکار (شامل: طراحی استراتژیک کارآفرینی سازمانی، توسعه قابلیت‌های کارآفرینانه) و خانواده (شامل: طراحی و به اشتراک‌گذاری چشم‌اندازها و ارزش‌ها، ایجاد روابط مناسب بین اعضا) دسته‌بندی کرد که اثر مثبت و معناداری بر توسعه کارآفرینی سازمانی دارد.
حسین‌پور و زارعی‌وش (۱۳۸۹)	ارائه الگوی کارآفرینی سازمانی در اداره کل تعاون استان تهران	نشان دادند که مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی شامل وجود فرهنگ سازمانی اثربخش، ایجاد ساختارهای پویا، بهبود مهارت‌های کارآفرینی اعضا و فراهم‌سازی شرایط لازم برای خلاقیت و نوآوری بود.
Scheepers et al (2008)	بررسی سازوکارهای تقویت و توسعه ظرفیت کارآفرینی سازمانی	نشان دادند که بین ظرفیت کارآفرینی سازمانی با چهار عامل پشتیبانی مدیریت، فرهنگ سازمانی، تعهد کارکنان، سیستم پاداش‌دهی و تشویق فعالیت‌های کارآفرینانه کارکنان، رابطه مثبت و معنادار و با عامل محدودیت‌های سازمانی رابطه منفی و معنی‌داری وجود داشت.
Alvarez et al (2011)	شرایط محیطی و فعالیت کارآفرینانه	عوامل رسمی (مثل حق مالکیت فکری) و عوامل غیررسمی (هنجارهای فرهنگی و اجتماعی، درک فرصت‌های راه‌اندازی کسب‌وکار و تصور اجتماعی کارآفرینان) بر کارآفرینی سازمانی اثر می‌گذارند اما متغیرهای غیررسمی تعیین‌کننده‌تر هستند.
Hornsby et al (2002)	ادراک مدیران میانی از محیط داخلی برای کارآفرینی سازمانی	سازماندهی فعالیت‌ها، اختیار و مسئولیت، تقسیم کار، قوانین و مقررات، حمایت‌های مدیریتی، ساختار و سلسله مراتب، فرهنگ سازمانی و دسترسی به منابع در شکل‌گیری و توسعه کارآفرینی در سازمان‌ها مؤثرند.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

بدون شک، می‌توان گفت که یکی از مهم‌ترین ملزومات توسعه کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌ها توجه به عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی می‌باشد که باید مورد شناسایی، تقویت و استفاده بهینه قرار گیرند؛ هر گونه کوتاهی در این زمینه فرآیند توسعه کارآفرینی سازمانی را به تأخیر می‌اندازد. از طرفی توسعه کارآفرینی سازمانی نیازمند شناسایی ساختارهای مناسب و راهکارهای مؤثری است که بتوانند شرایط لازم برای تحقق کارآفرینی سازمانی در سطح کل آحاد جامعه را فراهم آورند. در این میان، تأسیس و فعال نمودن تعاونی‌های کشاورزی و توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه و زمینه‌سازی و تقویت و ارتقا توسعه کارآفرینی سازمانی در آن‌ها، راه‌حل مناسبی در راستای توسعه فعالیت‌های کارآفرینی و تحقق عدالت اجتماعی محسوب می‌شود. تعاونی‌ها یک اهرم مناسب برای توسعه اقتصادی به شمار می‌آیند که همگام با سیاست‌های دولت می‌توانند در توسعه کارآفرینی سازمانی، 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 عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی و فعالیت تعاونی‌ها 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 سازمانی فراهم می‌نمایند، در مقابل، توسعه کارآفرینی نیز به منزله یکی از پیش شرط‌های اصلی موفقیت شرکت‌های تعاونی محسوب می‌گردد.

بر اساس دیدگاه صاحب‌نظران و مطالعات میدانی مرتبط با مقوله کارآفرینی سازمانی، جهت تبیین مفهوم و تدوین یک چارچوب مفهومی در ادامه به جمع‌بندی آن‌ها می‌پردازیم. براساس دیدگاه فاکس، کارآفرینی سازمانی دارای دو بخش اصلی گرایش کارآفرینانه و مدیریت کارآفرینانه است و هر بخش شامل ابعاد مربوط به خود هستند. و عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی را بر اساس دو بخش تقسیم می‌کند. اما ویلیامزویل بدون دسته‌بندی به تأثیر مستقیم عوامل می‌پردازد. دو نظریه دارای شباهت‌ها و همپوشانی‌های زیادی هستند. در زمینه همپوشانی این دو نظریه می‌توان به تأکید هر دو نظریه بر "فرهنگ سازمانی"، نزدیکی مفاهیم "حمایت مدیریت مالی" در نظریه ویلیامزویل با فلسفه "پاداش و حمایت مالی" نظریه فاکس و یا "فرهنگ کارآفرینانه" با "جو و فرهنگ سازمانی" اشاره نمود. از جمله مواردی که دو صاحب نظر به‌طور مستقل دیده‌اند و به‌نظر می‌رسد در کارآفرینی سازمانی مؤثر

باشند، می‌توان به "حس استقلال" و "سرمایه‌های اجتماعی" ویلیامزویل و "نوسازی راهبردی" و "نوآوری" فاکس اشاره کرد. همچنین براساس پژوهش‌های میدانی انجام گرفته، می‌توان به تأثیر عامل‌های "فرهنگ سازمانی"، "ساختار سازمانی"، "محیطی" و "بهبود مهارت‌های کارآفرینانه"، "قوانین و مقررات"، "حمایت‌های مدیریتی"، "دسترسی به منابع" در شکل‌گیری و توسعه کارآفرینی در سازمان‌ها مؤثرند.

با توجه به مطالب یاد شده و جمع‌بندی انجام شده، اگر چه همه موارد یاد شده، بر شیوه تعاونی اشاره نداشتند، ولی با عنایت به ماهیت خودجوشی، خودیاری، انتخابی و دموکراتیک بودن مدیریت و داوطلبانه بودن تعاونی‌ها از یک سو و پایین بودن نسبی توانایی مالی اعضا، پایین بودن مهارت کارآفرینی اعضا و مدیریت، عدم توانایی بهره‌مندی از نهادها و منابع قدرت آن‌ها در مقایسه با بخش‌های دولتی و خصوصی، وجود عناصر و مؤلفه‌های سازنده و تسهیل‌گر عوامل یادشده، می‌تواند در توسعه کارآفرینی سازمانی تعاونی‌ها مؤثر باشد. شکل (۲) چارچوب مفهومی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌ها را بر اساس جمع‌بندی و مرور مطالب، نشان می‌دهد.



شکل ۲- عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌ها.

منابع

۱. احمدپور داریانی، م. ۱۳۸۹. کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها. چاپ نهم، انتشارات جاجرمی. تهران.
۲. بیرانوند، ج.، پورسعید، ع.، غلامرضایی، س. ۱۳۹۱. بررسی نقش رسانه‌ها در توسعه خدمات تعاونی‌های تولیدی. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد گرایش ترویج و آموزش کشاورزی. دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام.
۳. پورآتشی، م. ۱۳۸۷. شناخت‌شناسی تعاون و کارآفرینی. تعاون، ۱۵: ۲۰۲-۲۰۱.
۴. حسین‌پور، د.، زارعی‌وش، ف. ۱۳۸۹. الگوی کارآفرینی سازمانی مطالعه موردی: اداره کل تعاون استان تهران. تعاون و کشاورزی، ۲۱ (۴): ۱۹۴-۱۷۱.
۵. حکمت‌پناه، م. ۱۳۸۴. ابزارهای فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات و نقش آن‌ها در توسعه کارآفرینی. مجموعه مقالات همایش ملی کارآفرینی. رودهن: معاونت پژوهشی انتشارات دانشگاه آزاد: ۳۷.
۶. خدایی، ه. ۱۳۸۸. کارآفرینی سازمانی و کارآفرینی شرکتی. دانشنامه کارآفرینی، انتشارات بنیاد دانشنامه نگاری ایران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی. تهران.
۷. دهقان، ر. طالبی، ک. و عربیون، ا. ۱۳۹۱. پژوهشی پیرامون عوامل مؤثر بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور. دانشکده‌ی پیراپزشکی دانشگاه علوم پزشکی تهران، ۹۱ (۱): ۳۳-۲۲.
۸. رضایی، ر. ۱۳۹۳. تأثیر مؤلفه‌های سرمایه فکری بر کارآفرینی سازمانی شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی استان زنجان. مدیریت فرهنگ سازمانی، ۱۲ (۱): ۱۴۸-۱۲۵.
۹. رضایی، ر.، حسینی، س.م. ۱۳۹۲. طراحی مدل معادلات ساختاری توسعه کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های توسعه روستایی استان زنجان. توسعه کارآفرینی، ۶ (۴): ۷۴-۵۷.
۱۰. صامعی، ح.، فیض‌بخش، س.ع.ر. ۱۳۹۲. روش‌های توسعه کارآفرینی سازمانی در بنگاه‌های خانوادگی کارآفرینی ایرانی. علوم مدیریت ایران، ۸ (۳۱): ۳۶-۱.
۱۱. صمد آقایی، ج. ۱۳۸۲. سازمان‌های کارآفرینی. انتشارات مرکز آموزشی مدیریت دولتی. تهران.
۱۲. کاظمی، م.ر.، قاسمی، ح.، رستم‌بخش، م.ر. ۱۳۹۰. شناسایی و تحلیل موانع رفتاری کارآفرینی سازمانی در سازمان تربیت بدنی (وزارت ورزش) کشور. پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی، ۵ (۲): ۸۹-۱۰۰.

۱۳. کردنائیچ، ا.، مقیمی، س.م.، قناتی، س.، یزدانی، ح.ر. ۱۳۸۸. بررسی رابطه بین عناصر ساختار سازمانی و فرهنگ کارآفرینانه در دانشگاه تهران. *دولتی مدیریت*، ۱۱ (۳): ۱۱۹-۱۳۴.
۱۴. محمدی، ع.م. ۱۳۹۱. بررسی نقش تعاونی‌های کشاورزی در اقتصاد ایران و ارائه راهکارهای عملیاتی برای توسعه و ترویج فرهنگ تعاون. *مجموعه مقالات چهارمین کنگره علوم ترویج و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی ایران*. کرج.
۱۵. مقیمی، س.م.، رمضان، م. ۱۳۹۲. مدیریت استراتژیک و کارآفرینی. انتشارات راه‌دان. تهران.
۱۶. موسوی، س. م.، غلامرضایی، س. ۱۳۹۰. بررسی و تحلیل مسایل و مشکلات فراروی شرکت‌های تعاونی دامشهر سپیدکوه (شهرک دام خرم‌آباد) (میکروپروژه). وزارت تعاون معاونت پژوهش و برنامه‌ریزی و آموزش تعاون. اداره کل تعاون استان لرستان.
17. Alegre, J., and Chiva, R. 2009. Entrepreneurial orientation, organizational learning capability and performance in the ceramic tiles industry. *Technical Report, Institute of Valenciano Investigations*, 20-30.
18. Alvarez, C., Urbano, D., Coduras, A., and Ruiz-Navarro, J. 2011. Environmental conditions and Entrepreneurial activity: a regional comparison in Spain. *Journal of Small and Enterprise Development*, 18(1): 120-140.
19. Antoncic, B. 2007. Intrapreneurship: a comparative structural equation modeling study. *Industry Management and Data Systems*, 3(107): 309-325.
20. Chang, S., Lin, R., Chang, F., and Chen, R. 2007. Achieving manufacturing flexibility through entrepreneurial orientation. *Industrial Management and Data Systems*. 7(107): 77-89.
21. Fox, J.M. 2008. Organizational Entrepreneurship and the Organizational Performance Linkage in University Extension. USASBE: 429.
22. Ghiasvand Ghiasy, F., Hosseini, S.J.F., and Malekmohammadi, I. 2009. Factors influencing the entrepreneurship in Iran s agricultural cooperatives. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 3(2): 1170-1176.
23. Heinonen, J., and Korvela, K. 2005. How about measuring entrepreneurship? Research Report, *Small Business Institute*, Finland, Pp: 1- 126.
24. Hornsby, J.S., Kuratko, D.F., and Zahra, S.A. 2002. Middle managers' perception of the internal environment for corporate entrepreneurship: Assessing a measurement scale. *Journal of Business Venturing*, (17): 49-63.
25. Hough, J., and Scheepers, R. 2008. Creating corporate entrepreneurship through strategic leadership. *Journal of Global Strategic Management*, 3(1): 17- 25.
26. ICA. COOP. 2016. Co-operative identity, values and principles, available on: <https://ica.coop/en/whats-co-op/co-operative-identity-values-principles>.

27. Kelley, D., Singer, S., and Herrington, M. 2012. The global entrepreneurship monitor: 2011 global report. *Global Entrepreneurship Research Association (GERA)*, United States, 1-39.
28. Lee, S.M., Seong-bae, L., and Raghuvar, D.P. 2011. Culture and entrepreneurial orientation: a multi-country study. *International Entrepreneurship and Management Journal*, (7): 1-15.
29. Maia, L. 2002. Enhancing entrepreneurship in rural tourism for sustainable regional development: the case of Soderslatt region. Sweden: *the international institute for industrial environmental economics (IIIEE)*, International Miljo Institute.
30. Miles, M., Munilla, S., and Darroch, J. 2009. Sustainable corporate entrepreneurship. *Journal of International Entrepreneurship and Management*, 5(1): 65- 76.
31. Morris, M.H., Kuratko, D.F., and Covin, J.C. 2011. *Corporate Entrepreneurship and Innovation*, South-Western/Thomson Publishers.
32. Scheepers, M., Hough, J., and Bloom. J. 2008. Nurturing the corporate entrepreneurship capability. *Journal of Southern African Business Review*, 12(3): 50- 75.
33. Scheepers, M., Hough, J., and Bloom. J. 2008. Nurturing the corporate entrepreneurship capability. *Journal of Southern African Business Review*, 12(3): 50- 75.
34. Williamsvill, R. 2009. *Entrepreneurship: A contemporary Approach*, The Tryden press.



Gorgan University of Agricultural
Sciences and Natural Resources

Journal of Entrepreneurship in Agriculture Vol. 3(4), 2016
<http://jead.gau.ac.ir>

Analysis of the effective factors in development of organizational entrepreneurship in cooperatives

***E. Khosravi¹, S. Gholamrezai², M. Rahimian² and M. Akbari³**

¹M.Sc. Student, Dept., of Rural Development, Lorestan University, ²Assistant Prof., Dept., of Rural Development, Lorestan University, ³Assistant Prof., Dept., of Technological Entrepreneurship, Tehran University

Received: 11/9/2016; Accepted: 14/1/2017

Abstract

One of the most important economy sectors which have been emphasized in the constitution is the cooperative sector. Cooperative, in its specific concept means an autonomous association of people united voluntarily to meet their common economic, social, and cultural needs and aspirations through a jointly-owned and democratically-controlled enterprise. Unfortunately, this economic-social institute could not be growth and development in Iran. One of causes of this problem, not-institutionalization of organizational entrepreneurship. Existence this phenomenon will be stability, durability and the dynamics of this type of business. Goal of this review article is explaining the organizational entrepreneurships in cooperatives and identifying factor affected them. Results show that, effective factors in development of organizational entrepreneurship can be divided in to 8 categories which includes; financial, economical, infrastructure, social, communicative-information, educational, legal, and cultural factors.

Keywords: Entrepreneurship development, Organizational entrepreneurship, Cooperatives

*Corresponding author: e.khosravi1369@gmail.com

