

تعاون، سال بیستم، شماره ۲۱۰ و ۲۱۱، دی و بهمن ۱۳۸۸

## تحلیل رگرسیونی عوامل مؤثر بر ترویج کارآفرینی در تعاونیهای کشاورزی تهران

اقدس آمدی<sup>۱</sup>، دکتر ایرج ملک محمدی<sup>۲</sup>، دکتر غلامحسین حسینی نیا<sup>۳</sup>

### چکیده

در این پژوهش با توجه به تجربه سایر کشورها و نتایج تحقیقات دیگر، شیوه های ترویج کارآفرینی از طریق تعاونیهای کشاورزی بررسی شده است. این تحقیق از نوع تحقیقات کاربردی بوده و به روش علی-ارتباطی در سال ۱۳۸۷ انجام شده است. جامعه آماری شامل اعضای تعاونیهای کشاورزی در تهران است که ۵۷۴۳ نفر مرد و ۷۹۷ نفر زن در ۱۰۷ شرکت تعاونی را در بر می گیرد. برپایه فرمول کوکران، حجم نمونه ۳۳۵ نفر برآورد شد. ابزار اصلی این تحقیق پرسشنامه با ضریب آلفای کرونباخ  $0.87$  ( $r=0.87$ ) است.

نتایج حاصل از رگرسیون چندمتغیره به روش گام به گام در خصوص تأثیرات متغیرهای مستقل تحقیق بر میزان ترویج کارآفرینی نشان می دهد که به ترتیب، وجود

---

e-mail: amadi\_nazi@yahoo.com

۱. کارشناس ارشد رشته ترویج و آموزش کشاورزی

۲. استاد گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشکده کشاورزی دانشگاه تهران

۳. مدرس دانشگاه و معاون پژوهش، آموزش و کارآفرینی وزارت تعاون

ویژگیهای کارآفرینانه در اعضا، میزان شرکت در دوره های آموزشی، رضایت از فعالیتهای انجام گرفته در تعاونی، انجام فعالیتهای به صورت گروهی در تعاونی، ارائه خدمات در تعاونی و عوامل اقتصادی در تعاونی نقش مثبتی بر متغیر وابسته یعنی ترویج کارآفرینی داشته‌اند. در مجموع، عوامل فوق ۵۷ درصد از عوامل مؤثر بر ترویج کارآفرینی توسط تعاونیهای کشاورزی را تبیین می نمایند.

#### کلید واژه‌ها:

تعاونی، تعاونیهای کشاورزی، کارآفرینی، ترویج کارآفرینی

#### مقدمه

پدیده بیکاری یکی از معضلات مهم اجتماعی و اقتصادی محسوب می‌شود که موجب بروز ناهنجاری های فراوان در زمینه‌های گوناگون می‌شود. جامعه ما نیز با مسئله افزایش تعداد بیکاران مواجه می‌باشد و اگر با این پدیده از ابتدا و به صورت ریشه‌ای مقابله نشود، بحرانیهای بزرگ و جبران‌ناپذیری ایجاد خواهد شد که رویارویی با آنها نیازمند صرف وقت و انرژی بسیار است و توان بالایی را می‌طلبد. بنابراین برای پاسخگویی درست به مشکل مزبور می‌توان گفت خوشبختانه در سراسر کشور ایران و در نقاط شهری و روستایی استانهای کشورمان، امکانات و توانمندیهای بسیاری به صورت بالقوه و بالفعل وجود دارند که اگر به‌درستی شناسایی، طبقه‌بندی و در قالب مدیریت سازماندهی منابع مورد استفاده قرار گیرند، فعالیتهای مولد و اشتغالزای بسیاری ایجاد می‌نمایند. در این باره واقعیت مهم این است که چون کاهش تصدیگری بخش دولتی مورد تأکید برنامه توسعه است، لذا استخدام جوانان در دستگاههای دولتی همچون سالهای گذشته، امکان پذیر نیست و لاجرم جوانان باید در بخشهای تعاونی و خصوصی در جستجوی کار و فعالیت باشند. در عین حال، فعالیت در بخش خصوصی مستلزم داشتن سرمایه و امکانات مالی بسیار است که با خصوصیات و تواناییهای بسیاری از جوانان سازگار نیست و نتیجه اینکه مشارکت جوانان در تشکلهای تعاونی و تجمع سرمایه‌های اندک

آنها در کنار تسهیلات مالی و فنی بخش تعاون یک راهکار مناسب، جدید و پایدار جهت ایجاد اشتغال جوانان و تولید برای جامعه می باشد. حال چنین می توان گفت که با توجه به اینکه بخش کشاورزی در ایران و اغلب کشورهای جهان به عنوان یک اصل مهم اشتغال زایی عمل می کند، بنابراین توجه به ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی اهمیتی مضاعف پیدا می کند که در این بین تعاونیهای کشاورزی بهترین محل برای ترویج کارآفرینی و پرورش افراد کارآفرین هستند. ترویج کارآفرینی در تعاونیهای کشاورزی به مفهوم اشاعه و گسترش نوآوری و یا ایجاد یک حرفه تازه در یکی از زیر بخش های کشاورزی است. از جمله مسائلی که تعاونیهای کشاورزی شهر تهران در زمینه موضوع ترویج کارآفرینی با آن مواجهند عبارتند از: سطح پایین آگاهی از مقوله کارآفرینی در بین اعضای تعاونیهای کشاورزی جامعه مورد مطالعه، اطلاع رسانی ضعیف در تعاونیهای کشاورزی در زمینه کارآفرینی، ضعف تعاونیهای کشاورزی در برگزاری کارگاههای آموزشی در مورد کارآفرینی، کمبود سرمایه لازم به منظور حمایت از افراد کارآفرین در تعاونیهای کشاورزی، ارتباط ضعیف تعاونیهای کشاورزی با مراکز علمی و تحقیقاتی و پایین بودن مهارتهای کارآفرینی در بین اعضا در تعاونیهای کشاورزی جامعه مورد مطالعه.

با این اوصاف نظر به اینکه یکی از اهداف ایجاد تعاونیهای کشاورزی نقشی است که آنها می توانند در ایجاد اشتغال داشته باشند، لذا هدف کلی این تحقیق بررسی نقش تعاونیهای کشاورزی در ترویج کارآفرینی است. از همین رو تحقیق حاضر به دنبال پاسخ به این سؤال می باشد که تعاونیهای کشاورزی تا چه حدی می توانند در ترویج کارآفرینی مؤثر باشند؟

### پیشینه تحقیق

شالی (۱۳۸۰) در پژوهشی نشان داده است که هرچه میزان شناخت اعضا از اصول تعاونی بالاتر باشد، میزان مشارکت آنها در امور شرکت بیشتر است و در نتیجه میزان موفقیت تعاونی افزایش می یابد. هرچه میزان تخصص هیئت مدیره بیشتر و میزان آموزش اعضا در

تعاونی نیز بیشتر باشد، میزان موفقیت شرکت تعاونی بالاتر است و ضریب همبستگی پیرسون در این تحقیق نشان داده است که بین مشارکت، تخصص و آموزش اعضا با موفقیت شرکت رابطه معنی دار مستقیم و مثبت وجود دارد.

نیک یار (۱۳۸۲) در مطالعه‌ای عوامل مؤثر بر توسعه تعاونی و ایجاد اشتغال در این بخش را میزان آشنایی با فعالیتهای بخش اقتصاد تعاونی قبل از تشکیل تعاونی، آگاهی بیکاران از توفیق تعاونیها در بخش تعاونی، توزیع و ارائه خدمات توسط تعاونیها و رضایت از قرار گرفتن در این جایگاه شغلی دانست.

هیسریچ و براش (Hisrich & Brush, 1998) در تحقیقی با هدف مطالعه شبکه اجتماعی زنان کارآفرین به این نتیجه رسیدند که وابستگی به شبکه های اجتماعی و سرمایه انسانی در عملکرد واحد کسب و کار زنان تأثیر بسزایی دارند. طبق یافته‌های این تحقیق، عضویت در یک انجمن یا شبکه تجاری زنان، تأثیر قابل توجهی در سودآوری واحد تجاری زنان کارآفرین دارد. بر این اساس دسترسی به کانالهای اطلاعاتی برای واحد تجاری زنان بسیار مهمتر از آن برای مردان است. متغیرهای مستقل تحقیق شامل عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان از جمله: ویژگیهای شخصی (سن، میزان تحصیلات، رشته تحصیلی، میزان درآمد، استان و شهرستان محل فعالیت)، منبع تأمین اعتبار مالی و شغلی، ریسک پذیری، آینده نگری، قابلیت مدیریت زمان، قدرت خلاقیت، تلاشگری، مشارکت در فعالیتهای، انجام کار گروهی، استفاده از منابع اطلاعاتی، کانالهای ارتباطی، سرمایه گذاری، قابلیت بازار و بازاریابی، دسترسی به وامهای کشاورزی، میزان فرصتهای آموزشی می باشند.

تانگ و یو (Tang & Yeo, 1995) در مطالعه ای در کشور سنگاپور به این نتیجه رسیدند که رویه ها و سیاستهای دولت، شرایط اجتماعی - اقتصادی، حمایتهای مالی از ایجاد کسب و کار بر ترویج کارآفرینی مؤثرند.

دباغ (۱۳۸۵) با توجه به یافته های تحقیق سیموز (۱۹۹۸)، در مطالعه‌ای نتیجه گرفت که حمایتهای مالی از ایجاد کسب و کار بر ترویج کارآفرینی در کشور پرتغال مؤثر است.

تیبجی و ویکری (Tyebjee & Vickery, 1998) در تحقیقی توسعه کارآفرینی را متأثر از رویه‌ها و سیاست دولت و شرایط اجتماعی-اقتصادی دانستند.

سلیمان پور (۱۳۸۵) با توجه به یافته‌های تحقیق تروو و نیتی کانگاس (۱۹۹۴)، در مطالعه‌ای به این نتیجه رسید که شرایط اجتماعی-اقتصادی و مهارت‌های کارآفرینی بر توسعه کارآفرینی مؤثر است.

پورقاسم (۱۳۸۱) با توجه به یافته‌های تحقیق سوزان (۱۹۹۸) در آمریکا به این نتیجه رسید که مهمترین انگیزه زنان کارآفرین مورد مطالعه برای شروع کار جدید، نیاز به پیشرفت و احساس رضایت از کار بوده است.

اولین تحقیقی که به طور جدی به مقوله کارآفرینی در ایران پرداخته است مطالعه محمود احمدپورداریانی در سال ۱۳۷۷ است. وی در این مطالعه نتیجه گرفت مدیرانی که در دوره‌های آموزشی مرتبط با کارآفرینی شرکت نموده‌اند در مقایسه با سایر مدیران در کسب و کارهای کارآفرینانه موفقتر عمل کرده‌اند.

فلاح جلودار (۱۳۸۶) پیش نیازهای فردی و محیطی ترویج کارآفرینی زنان شمال ایران را شامل موارد زیر دانست: تمایل به توانمند شدن، اراده قوی، کار سخت، ظرفیت ریسک پذیری، بلوغ احساسی، دانش فنی، بازاریابی، کارگروهي، مهارت‌های مدیریتی، دوران‌دیشی، نوآوری، توانایی استفاده از منابع در دسترس، تجربه قبلی، آموزش (پیش نیازهای فردی) و دسترسی به: خدمات حمایتی، تسهیلات زیرساختی، سرمایه، نیروی کار ماهر فنی، وام دهندگان (پیش نیازهای محیطی).

عزیزی (۱۳۸۲) در زمینه ایجاد فرصت‌های شغلی در بخش تعاون به این نتیجه رسید که دولت زمینه‌های فرصت‌های شغلی را از طریق انطباق آموزش با بازار کار و توجه به رشته‌های جدید و ارائه آموزش‌های تکمیلی افزایش داده است.

پیشرو (۱۳۸۳) با توجه به یافته‌های تحقیق شبیر (۱۹۹۶) در پاکستان به این نتیجه رسید که آزادی فردی، احساس امنیت شغلی و احساس رضایت به عنوان عناصر اصلی راه اندازی کسب و کار کارآفرینانه مطرح‌اند.

### اهداف کلی و اختصاصی تحقیق

- هدف کلی این تحقیق بررسی نقش تعاونیهای کشاورزی در ترویج کار آفرینی می باشد و اهداف اختصاصی این تحقیق نیز عبارتند از:
۱. تعیین ویژگیهای فردی و حرفه‌ای اعضای تعاونیهای کشاورزی مورد مطالعه؛
  ۲. شناسایی عوامل مؤثر در ترویج کار آفرینی در تعاونیهای کشاورزی مورد مطالعه و ویژگیهای یک فرد کار آفرین؛
  ۳. تعیین عوامل مؤثر در توفیق تعاونیهای کشاورزی مورد مطالعه در ترویج کار آفرینی.

### مواد و روشها

این تحقیق از دیدگاه طبقه بندی بر مبنای هدف، از نوع تحقیقات کاربردی و از دیدگاه روش از نوع علی-ارتباطی می باشد. ابزار اصلی این تحقیق پرسشنامه شامل ۳۰ سؤال بوده که پرسشهای آن به روش باز و بسته و در برخی موارد با استفاده از طیف لیکرت تهیه شده است. جهت اطمینان از روایی پرسشنامه، پس از تهیه پرسشنامه مقدماتی، پرسشنامه در اختیار استادان و همچنین تعدادی از کارشناسان وزارت تعاون قرار گرفت و پس از اصلاحات لازم برای سنجیدن اعتبار آن طی یک تحقیق آزمایشی<sup>۱</sup>، پایایی آن بررسی شد که ضریب آلفای کرونباخ به دست آمده برابر  $r=0/87$  گردید. جامعه آماری تحقیق شامل اعضای تعاونیهای کشاورزی تهران شامل ۵۷۴۳ نفر مرد و ۷۹۷ نفر زن در ۱۰۷ شرکت تعاونی می باشد که حجم نمونه از طریق فرمول کوکران ۳۳۵ نفر برآورد شد و پرسشنامه های تدوین شده از طریق نمونه گیری طبقه‌ای نسبی بین آنان توزیع گردید. در جدول ۱ تعداد جامعه آماری اعضای تعاونیهای کشاورزی و نیز تعداد حجم نمونه ها به تفکیک آمده است.

جدول ۱. توزیع فراوانی جامعه آماری و تعیین حجم نمونه

تعاونیهای کشاورزی شهر تهران	جامعه آماری	حجم نمونه
تعاونیهای زراعی	۱۹۰۸	۹۸
تعاونیهای دامداری و دامپروری	۱۷۴۶	۸۹
تعاونیهای شیلات	۸۹۷	۴۶
تعاونیهای مرغداری و پرورش طیور	۷۰۴	۳۶
تعاونیهای باغداری	۹۷۵	۵۰
تعاونیهای زنبورداری	۳۱۰	۱۶
جمع کل	۶۵۴۰	۳۳۵

مأخذ: یافته‌های تحقیق

متغیر وابسته در این تحقیق عبارت است از ترویج کارآفرینی در تعاونیهای کشاورزی. همچنین در این تحقیق ۱۳ متغیر مستقل وجود دارد. با توجه به نوع تحقیق، در مرحله داده‌پردازی ابتدا به منظور دسته بندی گروه های آزمودنی از نظر صفات مختلف و ویژگیهای جامعه آماری از آمار توصیفی شامل جدول توزیع فراوانی، درصد و درصد جمععی، شاخصهای گرایش به مرکز (میانگین، میانه، نما) و پراکندگی (انحراف معیار)، ضریب تغییرات استفاده شده است. در مرحله تحلیلی برای تبیین ارتباط متغیرهای مستقل و وابسته، تحلیل رگرسیون چندمتغیره به کار گرفته شده است.

### نتایج و بحث

نتایج حاصل از یافته های توصیفی نشان داد که اکثریت اعضا (۸۶/۹ درصد) را مردان و تنها ۱۲/۵ درصد را زنان تشکیل داده اند. محل سکونت ۷۷/۸ درصد از پاسخگویان در شهر و ۲۲/۲ درصد هم در روستا می باشد. یافته های تحقیق نشان می دهد که ۷/۵ درصد از پاسخگویان در گروه سنی زیر ۳۰ سال، ۳۴/۴ درصد در گروه سنی ۳۱ تا ۴۰ سال، ۳۶/۳ درصد در گروه سنی ۴۱ تا ۵۰ سال و ۲۱/۳ درصد در گروه سنی ۵۱ سال به بالا قرار دارند. به این ترتیب بیش از نیمی از پاسخگویان در گروه سنی ۳۱ تا ۵۰ سال قرار دارند. مطابق یافته‌های تحقیق، حدود ۴/۴ درصد از پاسخگویان بی سواد، ۷/۲ درصد دارای تحصیلات در حد خواندن

و نوشتن، ۱۱/۶ درصد دارای تحصیلات ابتدایی، ۵/۰ درصد دارای تحصیلات راهنمایی، ۱۱/۳ درصد دارای تحصیلات دبیرستان و ۳۸/۱ درصد دارای دیپلم و ۲۲/۵ درصد دارای تحصیلات بالاتر از دیپلم می باشند. در خصوص میزان درآمد ماهانه اعضای تعاونیهای کشاورزی مورد مطالعه می توان گفت که ۱۹/۱ درصد پاسخگویان دارای درآمدی برابر ۲۵۰۰۰۰۰ ریال و کمتر می باشند. ۵۵/۳ درصد دارای میانگین درآمد ۲۵۱۰۰۰۰ تا ۴۵۰۰۰۰۰ ریال، ۲۱/۶ درصد دارای میانگین درآمد ۴۵۱۰۰۰۰ تا ۶۵۰۰۰۰۰ ریال، ۳/۸ درصد دارای میانگین درآمد ۶۵۱۰۰۰۰ ریال و بیشترند. با توجه به یافته ها می توان اظهار نمود که ۱۵ درصد پاسخگویان میزان وام دریافتی شان برای امور کارآفرینی بین ۱۰ تا ۵۹ میلیون ریال، ۴۸/۸ درصد بین ۶۰ تا ۱۰۹ میلیون ریال، ۲۳/۱ درصد بین ۱۱۰ تا ۱۵۹ میلیون ریال، ۶/۶ درصد بین ۱۶۰ تا ۲۰۹ میلیون ریال و ۰/۶ درصد نیز بیش از ۲۶۰ میلیون ریال بوده است. یافته های تحقیق حکایت از آن دارد که بیش از دو سوم پاسخگویان (۶۶/۹ درصد) به مدت ۱۶ سال، ۲۴/۷ درصد کمتر از ۱۶ سال و ۸/۴ درصد نیز بیشتر از ۱۶ سال به عضویت شرکت تعاونی درآمده اند. با توجه به نتایج تحقیق، ۲۷/۸ درصد پاسخگویان بین ۱ تا ۵ روز، ۴۴/۴ درصد بین ۶ تا ۱۱ روز، ۱۹/۴ درصد بین ۱۱ تا ۱۵ روز، ۴/۱ درصد بین ۱۶ تا ۲۰ روز و ۴/۴ درصد نیز ۲۱ روز و بیشتر در دوره های آموزشی شرکت نموده اند. یافته ها نشان می دهد که ۲۹/۲ درصد پاسخگویان دارای یک تا پنج سهم، ۵۱/۹ درصد دارای ۶ تا ۱۰ سهم، ۱۸/۹ درصد دارای ۱۱ سهم و بیشتر بوده اند.

#### جدول ۲. ویژگیهای فردی و حرفه ای اعضای تعاونیهای کشاورزی مورد مطالعه

ویژگی	میانگین	انحراف معیار	حداکثر	حداقل
سن	۴۴/۰۱	۸/۵۰۸	۶۶	۲۴
تحصیلات	۵/۱۵	۱/۷۸	۷	۱
میزان درآمد ماهانه (ریال)	۳۷۶۰۶۴۰	۱۳۹۳۹۰۰۷	۸۰۰۰۰۰۰	۱۰۰۰۰۰۰
میزان وام دریافتی برای کارآفرینی (ریال)	۱۰۲۲۵۰۰۰۰	۵۵۱۶۵۱۸۰/۳	۳۰۰۰۰۰۰۰	۱۰۰۰۰۰۰۰
سابقه عضویت در تعاونی کشاورزی	۱۵/۶۸	۸/۲۳	۲۰	۵
تعداد سهام	۲/۲۹۴۹	۴/۷۸۰	۲۴	۲
میزان شرکت در دوره های آموزشی	۲/۹	۵/۱۰	۳۰	۴

مأخذ: یافته های تحقیق



در خصوص بررسی و اولویت بندی تأثیر خدمات ارائه شده در تعاونی کشاورزی بر ترویج کارآفرینی از دید پاسخگویان، خدمات آموزش و ترویجی با کمترین ضریب تغییرات در اولویت اول قرار دارد؛ بنابراین به منظور ترویج کارآفرینی در تعاونی کشاورزی باید تعاونیها از خدمات آموزشی و ترویجی بهره گیرند. خدمات مربوط به اعطای وام، اطلاع رسانی به اعضای، بازاریابی تولیدات به ترتیب در اولویتهای دوم تا چهارم قرار دارند. خدمات مربوط به تأمین ماشین آلات کشاورزی با بالاترین ضریب تغییرات در اولویت آخر قرار دارد (جدول ۳).

جدول ۳. اولویت بندی تأثیر خدمات ارائه شده در تعاونی کشاورزی در ترویج کارآفرینی

از دیدگاه پاسخگویان

اولویت	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	تعداد	خدمات ارائه شده
۱	۲۸/۵۲۱۲۴	۱/۱۲۶۱۹	۳/۹۴۸۶	۳۱۱	خدمات آموزشی و ترویجی
۲	۳۴/۹۵۴۱	۱/۱۳۸۵۶	۳/۲۵۷۳	۳۰۷	وام
۳	۴۱/۱۲۵۶۲	۱/۴۰۷۷۳	۳/۴۲۳۰	۳۰۵	اطلاع رسانی به اعضا
۴	۵۱/۱۴۴۶۷	۱/۱۸۱۸	۲/۳۱۰۷	۳۱۶	بازاریابی تولیدات
۵	۵۳/۱۶۹۵۴	۱/۴۴۷۸۶	۲/۷۲۳۱	۳۰۷	تأمین ماشین آلات کشاورزی

مأخذ: یافته‌های تحقیق هیچ: ۰ خیلی کم: ۱ کم: ۲ متوسط: ۳ زیاد: ۴ خیلی زیاد: ۵

در خصوص میزان رضایت اعضا از فعالیتهای انجام شده در تعاونی کشاورزی در راستای ترویج کارآفرینی می توان گفت فعالیتهای مربوط به ایجاد اشتغال و تهیه اعتبار و وام مورد نیاز اعضا از این نظر در اولویتهای اول و دوم قرار دارند. فعالیتهای مربوط به ارائه نهادهای کشاورزی، تهیه ماشین آلات برای استفاده جمعی، حمل و نقل، ارائه خدمات اطلاع رسانی نیز در اولویتهای سوم تا ششم قرار دارند (جدول ۴).

جدول ۴. اولویت بندی دیدگاه پاسخگویان در خصوص رضایت از فعالیتهای انجام شده در

تعاونی کشاورزی در راستای ترویج کارآفرینی

اولویت	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	تعداد	فعالیت‌های انجام شده در تعاونی
۱	۲۱/۷۸۶۷۶	۰/۸۴۴۷۶	۳/۸۷۷۴	۳۱۸	ایجاد اشتغال
۲	۲۲/۱۵۳۶۴	۰/۸۳۰۲۳	۳/۷۴۷۶	۳۱۷	تهیه اعتبار و وام مورد نیاز اعضا
۳	۲۳/۰۸۵۲۹	۰/۸۶۰۹۲	۳/۷۲۹۳	۳۱۶	ارائه نهاده های کشاورزی
۴	۲۷/۸۳۶۲۶	۰/۹۵۲۳۹	۳/۴۲۱۴	۳۱۸	تهیه ماشین آلات برای استفاده جمعی
۵	۲۸/۱۹۱۱۷	۰/۸۹۵۳۸/۸۹۵۳۸	۳/۱۷۶۱	۳۱۸	ارائه خدمات حمل و نقل
۶	۳۷/۱۷۲۵۹	۰/۰۳۹۱۶	۲/۷۹۵۵	۳۱۳	اطلاع رسانی

مأخذ: یافته‌های تحقیق هیچ: ۰، خیلی کم: ۱، کم: ۲، متوسط: ۳، زیاد: ۴، خیلی زیاد: ۵

در خصوص اولویت بندی تأثیر فعالیتهای گروهی در ترویج کارآفرینی، تعداد چهار گویه انتخاب و در اختیار پاسخگویان قرار گرفت و از آنان خواسته شد هر کدام از این گویه‌ها را بر حسب میزان تأثیری که در ترویج کارآفرینی دارند ارزیابی کنند. نتایج این ارزیابی نشان داد که آموزش با بیشترین ضریب تغییرات در اولویت اول قرار دارد و بنابراین تعاونیهای کشاورزی به منظور ترویج کارآفرینی باید کلاسهای آموزشی مورد نیاز را برگزار نمایند و از این آموزشها در جهت افزایش تواناییهای اعضا بهره جویند. تولید در اولویت دوم و تصمیم گیری مربوط به شرکت در اولویت سوم و در نهایت اداره امور شرکت با بیشترین ضریب تغییرات در اولویت آخر قرار دارند (جدول ۵).

جدول ۵. اولویت بندی دیدگاه پاسخگویان در خصوص تأثیر فعالیتهای گروهی در ترویج

کارآفرینی

اولویت	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	تعداد	انجام فعالیتهای گروهی
۱	۲۴/۸۲۹۶۴	۰/۹۹۱۸۲	۳/۹۹۴۵	۳۱۳	آموزش
۲	۴۱/۸۹۸۵۸	۱/۳۲۱۲۳	۳/۱۵۳۴	۳۱۳	تولید
۳	۴۷/۵۳۶۲۸	۱/۲۲۵۰۱	۲/۵۷۷۰	۳۱۷	تصمیم گیری مربوط به شرکت
۴	۵۱/۱۴۴۶۷	۱/۱۸۱۸	۲/۳۱۰۷	۳۰۹	اداره امور شرکت

مأخذ: یافته‌های تحقیق هیچ: ۰، خیلی کم: ۱، کم: ۲، متوسط: ۳، زیاد: ۴، خیلی زیاد: ۵

در خصوص وجود ویژگیهای کارآفرینانه در بین پاسخگویان می توان گفت ویژگیهای سخت کوشی و پرکاری، پشتکار داشتن، حس همکاری داشتن در اولویتهای اول تا سوم قرار دارند. ویژگیهای آینده نگری و دوراندیشی، خطر پذیری، خلاقیت و نوآوری، واقع بینی، تأثیر گذاری و سودمندی، مسئولیت پذیری، شناسایی سودها در موقعیتهای مختلف، خوش بینی و داشتن انگیزه بالا برای رسیدن به هدف و متعهد بودن در اولویتهای چهارم تا سیزدهم قرار دارند (جدول ۶).

**جدول ۶. اولویت بندی دیدگاه پاسخگویان در خصوص ویژگیهای کارآفرینانه در اعضای تعاونی**

اولویت	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	تعداد	ویژگیهای کارآفرینانه
۱	۲۷/۲۹۹۲۴	۱/۰۹۰۲۵	۳/۹۹۳۷	۳۱۹	سخت کوشی و پرکاری
۲	۳۲/۱۸۲۳۳	۱/۰۸۰۲۰	۳/۳۵۶۵	۳۱۷	پشتکار داشتن
۳	۳۳/۷۰۵۸۴	۱/۱۶۱۲۰	۳/۴۴۵۱	۳۱۹	حس همکاری داشتن
۴	۳۴/۹۵۹۷	۱/۱۴۰۸۴	۳/۲۶۳۲	۳۱۹	آینده نگری و دوراندیشی
۵	۳۵/۰۲۳۲۴	۱/۰۸۴۳۵	۳/۰۹۷۸	۳۱۷	خطر پذیری
۶	۳۵/۲۲۴۰۳	۱/۱۵۵۶۳	۳/۲۸۰۸	۳۱۷	خلاقیت و نوآوری
۷	۳۷/۶۵۸۷۵	۱/۰۰۲۲۵	۲/۶۶۱۴	۳۱۹	واقع بینی
۸	۳۷/۷۸۶۶۷	۱/۳۲۶۶۹	۳/۵۱۱۰	۳۱۹	تأثیر گذاری و سودمندی
۹	۴۵/۵۴۵۳۹	۱/۳۵۴۹۳	۲/۹۷۴۹	۳۱۹	مسئولیت پذیری
۱۰	۴۶/۹۳۵۶۴	۱/۲۹۸۸۵	۲/۷۶۷۳	۳۱۸	شناسایی سودها در موقعیتهای مختلف
۱۱	۴۷/۵۸۸۴۹	۱/۲۸۲۵۱	۲/۶۹۵۰	۳۱۸	خوش بینی
۱۲	۵۷/۰۵۱۷۷	۱/۳۱۴۵۳	۲/۳۰۴۱	۳۱۹	داشتن انگیزه بالا برای رسیدن به هدف
۱۳	۶۲/۱۹۵۳۲	۱/۵۸۵۱۱	۲/۵۴۸۶	۳۱۹	متعهد بودن

مأخذ: یافته‌های تحقیق هیچ: ۰ خیلی کم: ۱ کم: ۲ متوسط: ۳ زیاد: ۴ خیلی زیاد: ۵

در این طرح از پاسخگویان خواسته شد تا فعالیتهای کارآفرینانه‌ای را مشخص کنند که از زمان عضویتشان در تعاونی کشاورزی انجام گرفته است. به این منظور عنوان یازده فعالیت در اختیار آنان قرار گرفت. با توجه به یافته‌ها، فعالیتهای مربوط به ساماندهی منابع و امکانات در راستای هدف، احداث یک کارخانه یا کارگاه، خطر پذیری در فعالیتهای تولیدی در اولویتهای اول تا سوم قرار گرفته اند. ایجاد خوداشتغالی، خلاقیت و نوآوری در کار، ایجاد کار و اشتغال، پیش‌بینی عرضه و تقاضا، شناسایی و برآورد نیازها، ارائه روشی جدید در فرایند تولید، تبدیل ایده خلاق به ثروت، شناسایی و تولید محصولات جدید در اولویتهای بعدی قرار دارند (جدول ۷).

جدول ۷. اولویت بندی انجام فعالیتهای کارآفرینانه از زمان عضویت در تعاونی

اولویت	انجام فعالیتهای کارآفرینانه	تعداد	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات
۱	ساماندهی منابع و امکانات در راستای هدف	۳۱۵	۳/۶۳	۰/۹۱۶	۲۵/۲۳۴۱۵
۲	احداث یک کارخانه یا کارگاه	۳۱۹	۳/۴۲	۰/۹۵۱	۲۷/۸۰۷۰۱
۳	خطر پذیری در فعالیتهای تولیدی	۵۳۱	۳/۶۸	۱/۱۱	۳۰/۱۶۳۰۴
۴	ایجاد خوداشتغالی	۳۱۸	۳/۵	۱/۰۹	۳۱/۱۴۲۸۵
۵	خلاقیت و نوآوری در کار	۳۱۸	۳/۱۴	۰/۹۹۶	۳۱/۷۱۹۷۴
۶	ایجاد کار و اشتغال	۳۲۰	۳/۶۱	۱/۱۵	۳۱/۸۵۵۹۵
۷	پیش‌بینی عرضه و تقاضا	۳۱۹	۳/۰	۰/۹۶	۳۲/۰
۸	شناسایی و برآورد نیازها	۳۱۷	۳/۵۶	۱/۲۴	۳۴/۸۳۱۴۶
۹	ارائه روشی جدید در فرایند تولید	۳۱۵	۲/۸۰	۰/۹۹۱	۳۵/۳۹۲۸۵
۱۰	تبدیل ایده خلاق به ثروت	۳۱۵	۲/۷۴	۱/۰۱	۳۶/۸۶۱۳۱
۱۱	شناسایی و تولید محصولات جدید	۳۲۰	۱/۵۷	۰/۶۷۳	۴۲/۸۶۶۲۴

مأخذ: یافته‌های تحقیق هیچ: ۰ خیلی کم: ۱ کم: ۲ متوسط: ۳ زیاد: ۴ خیلی زیاد: ۵

#### تحلیل رگرسیون چند متغیره عوامل مؤثر بر ترویج کارآفرینی

در خصوص تأثیر متغیرهای مستقل تحقیق در متغیر وابسته (ترویج کارآفرینی) با استفاده از روش گام به گام به ترتیب شش متغیر وارد معادله رگرسیون چند متغیره گردیدند که نتایج حاصل از رگرسیون گام به گام به صورت جدول ۸ می باشد.

جدول ۸. نتایج حاصل از رگرسیون چندمتغیره به روش گام به گام

متغیر	B	خطای استاندارد B	Beta	t	Sig یا p
عدد ثابت	۱۷/۳۶۵	۱/۳۰۲	-	-	-
ویژگیهای کارآفرینانه در اعضا (X <sub>1</sub> )	۰/۸۶۱	۰/۰۷۶	۰/۶۵۴	۱۱/۲۸۲	۰/۰۰۰
مدت زمان دوره‌های آموزشی (X <sub>2</sub> )	۰/۶۴۷	۰/۱۰۲	۰/۵۵۷	۶/۳۳۴	۰/۰۰۰
رضایت از فعالیتهای انجام گرفته (X <sub>3</sub> )	۰/۷۶۲	۰/۱۱۴	۰/۸۹۵	۶/۶۹۶	۰/۰۰۰
انجام فعالیتهای گروهی در تعاونی (X <sub>4</sub> )	۱/۳۷۰	۰/۲۲۹	۰/۵۹۹	۵/۹۷۹	۰/۰۰۰
ارائه خدمات در تعاونی (X <sub>5</sub> )	۰/۶۰۳	۰/۱۲۶	۰/۵۱۲	۴/۷۷۳	۰/۰۰۰
وجود عوامل اقتصادی در تعاونی (X <sub>6</sub> )	۰/۱۸۰	۰/۰۸۱	۰/۱۲۲	۲/۲۳۲	۰/۰۲۶

مأخذ: یافته‌های تحقیق

با توجه به ضرایب جدول ۸، معادله رگرسیون در گام ششم به صورت زیر است:

$$Y = 17.365 + (0.861) X_1 + (0.647) X_2 + (0.762) X_3 + (1.370) X_4 + (0.603) X_5 + (0.180) X_6$$

معادله استاندارد شده آن نیز عبارت است از:

$$Y = 0.654X_1 + 0.557X_2 + 0.895X_3 + 0.599X_4 + 0.512X_5 + 0.122X_6$$

در گام اول نخستین متغیری که وارد معادله گردید، متغیر وجود ویژگیهای کارآفرینانه در اعضا بوده که شامل ۱۳ گویه می باشد. نتایج محاسبات انجام شده نشان می دهد که این متغیر بیشترین تأثیر را در متغیر وابسته یعنی ترویج کارآفرینی در تعاونیهای کشاورزی داشته است. در این مرحله ضریب رگرسیون برابر ۰/۶۸۵ و ضریب تعیین معادل ۰/۴۷۲ و ضریب تعیین تعدیل شده برابر ۰/۴۷۰ محاسبه گردید ( $p = 0.000$  و  $F = 269.3$ ). بر این اساس می توان گفت که وجود ویژگیهای کارآفرینانه در اعضا به تنهایی حدود ۴۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته ترویج کارآفرینی در تعاونی کشاورزی را تبیین می کند.

در گام دوم پس از متغیر وجود ویژگیهای کارآفرینانه در اعضا، متغیر میزان شرکت در دوره‌های آموزشی وارد معادله شد. در این مرحله ضریب رگرسیون ۰/۶۹۷، ضریب تعیین

۰/۴۹۰ و ضریب تعیین تعدیل شده ۰/۴۸۶ به دست آمد ( $F = ۱۴۳/۷۱$  و  $p = ۰/۰۰۰$ ). بر این اساس می توان گفت که متغیرهای وجود ویژگیهای کارآفرینانه در اعضا و میزان شرکت در دوره های آموزشی مجموعاً حدود ۴۸ درصد از تغییرات متغیر وابسته ترویج کارآفرینی را تبیین می کنند.

در گام سوم پس از متغیرهای وجود ویژگیهای کارآفرینانه در اعضا و میزان شرکت در دوره های آموزشی، متغیر رضایت از فعالیتهای انجام گرفته در تعاونی وارد معادله شد. در این مرحله ضریب رگرسیون ۰/۷۱۱ و ضریب تعیین ۰/۵۱۰ و ضریب تعیین تعدیل شده ۰/۵۰۵ به دست آمد ( $F = ۱۴۳/۷۱$  و  $p = ۰/۰۰۰$ ) که نشان می دهد متغیرهای وجود ویژگیهای کارآفرینانه در اعضا و میزان شرکت در دوره های آموزشی و متغیر رضایت از فعالیتهای انجام گرفته در تعاونی مجموعاً حدود ۵۰ درصد از تغییرات متغیر وابسته ترویج کارآفرینی را تبیین می کنند.

در گام چهارم پس از متغیرهای وجود ویژگیهای کارآفرینانه در اعضا و میزان شرکت در دوره های آموزشی و متغیر رضایت از فعالیتهای انجام گرفته در تعاونی، متغیر دیگری به نام انجام فعالیتهای صورت گروهی در تعاونی وارد معادله شد. در این مرحله ضریب رگرسیون ۰/۷۲۴ و ضریب تعیین ۰/۵۳۰ و ضریب تعیین تعدیل شده ۰/۵۲۴ به دست آمد ( $F = ۸۲/۸۶$  و  $p = ۰/۰۰۰$ ) که نشان می دهد متغیرهای وجود ویژگیهای کارآفرینانه در اعضا و میزان شرکت در دوره های آموزشی و رضایت از فعالیتهای انجام گرفته در تعاونی و انجام فعالیتهای صورت گروهی در تعاونی مجموعاً حدود ۵۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته ترویج کارآفرینی را تبیین می کنند.

در گام پنجم پس از متغیرهای فوق متغیر دیگری به نام ارائه خدمات در تعاونی وارد معادله شد. در این مرحله ضریب رگرسیون ۰/۷۴۹ و ضریب تعیین ۰/۵۶۷ و ضریب تعیین تعدیل شده ۰/۵۶۰ به دست آمد ( $F = ۷۶/۴۸$  و  $p = ۰/۰۰۰$ ) که نشان می دهد این ۵ متغیر مجموعاً حدود ۵۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته ترویج کارآفرینی را تبیین می کنند.

در گام ششم علاوه بر ۵ متغیر فوق، متغیر ششم یعنی وجود عوامل اقتصادی در تعاونی وارد معادله رگرسیون گردید. در این مرحله ضریب رگرسیون  $0/753$  و ضریب تعیین  $0/579$  و ضریب تعیین تعدیل شده  $0/570$  به دست آمد ( $F = 65/41$  و  $p = 0/000$ ) که مشخص می‌سازد ۶ متغیر فوق مجموعاً حدود ۵۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته ترویج کارآفرینی را تبیین می‌کنند.

### نتیجه گیری

نتایج حاصل از رگرسیون چند متغیره به روش گام به گام در خصوص تأثیرات متغیرهای مستقل تحقیق بر میزان ترویج کارآفرینی مبین آن است که به ترتیب، وجود ویژگیهای کارآفرینانه در اعضا، میزان شرکت در دوره های آموزشی، رضایت از فعالیتهای انجام گرفته در تعاونی، انجام فعالیتهای به صورت گروهی در تعاونی، ارائه خدمات در تعاونی و وجود عوامل اقتصادی در تعاونی نقش مثبتی بر متغیر وابسته ترویج کارآفرینی داشته‌اند. در مجموع، عوامل فوق ۵۷ درصد از عوامل مؤثر بر ترویج کارآفرینی توسط تعاونیهای کشاورزی را تبیین می نمایند.

بررسی تحقیقات انجام شده توسط احمدپورداریانی (۱۳۷۷)، فلاح جلودار (۱۳۸۶)، عزیزی (۱۳۸۲) حاکی از آن است که شرکت در دوره های آموزشی در ترویج کارآفرینی مؤثر می باشد که تحقیق حاضر نیز این مطلب را مورد تأیید قرار داد. بررسی تحقیقات انجام شده توسط پیشرو (۱۳۸۳) و پورقاسم (۱۳۸۱) نشان داده است که احساس رضایت از کار در ترویج کارآفرینی مؤثر می باشد که تحقیق حاضر نیز این مطلب را مورد تأیید قرار داد. همچنین نتایج فلاح جلودار، هیسریچ و براس (۱۹۹۸) در زمینه مؤثر بودن کارگروهی در ترویج کارآفرینی مشابه با نتایج تحقیق حاضر است. بررسی تحقیق نیکیار (۱۳۸۲) نشان داده است که ارائه خدمات در تعاونیهای کشاورزی در ترویج کارآفرینی در تعاونیهای کشاورزی مؤثر می باشد. تحقیق حاضر نیز این مطلب را مورد تأیید قرار داد. همچنین نتایج مطالعه تانگ

و یو (۱۹۹۵)، تیجی و ویکری (۱۹۹۸) منطبق بر نتیجه این مطالعه مبنی بر مؤثر بودن وجود عوامل اقتصادی در ترویج کارآفرینی است.

نتایج مطالعات دیگر نشان داده است که فراهم شدن امکان بازاریابی توسط تعاونیهای کشاورزی، مشارکت در کارهای تعاونی، اطلاع رسانی در مورد تعاونیهای کشاورزی، افزایش آگاهی و شناخت از تعاونیهای کشاورزی، حمایتهای مالی و پرداخت وام توسط تعاونیهای کشاورزی و شیوه رهبری مدیران تعاونیها در کارآفرینی در تعاونیهای کشاورزی نقش مثبت داشته‌اند که در تحقیق حاضر هیچ کدام از موارد مذکور مورد تأیید قرار نگرفت.

### پیشنهادها

با توجه به نتایج به دست آمده از این تحقیق و به منظور افزایش نقش تعاونیهای مورد مطالعه در ترویج کارآفرینی پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:

۱. با توجه به اینکه ویژگیهای کارآفرینی اعضا در میزان ترویج کارآفرینی در تعاونی کشاورزی نقش مثبت دارد، لذا لازم است مهارتهای کارآفرینی به اعضا آموخته شود.

۲. با توجه به اینکه آموزش در میزان ترویج کارآفرینی اعضا در تعاونی کشاورزی نقش مثبت دارد، لذا توصیه می‌گردد کارگاههای آموزشی مربوط به کارآفرینی در تعاونیهای کشاورزی برگزار گردد و اعضا نیز از طریق مشوقهایی چون ارائه وام خارج از نوبت تشویق به شرکت در این دوره ها شوند.

۳. با توجه به مثبت بودن نقش رضایت از تعاونی در میزان ترویج کارآفرینی در تعاونی کشاورزی، توصیه می‌گردد تعاونیهای کشاورزی عواملی را تقویت کنند که باعث رضایت اعضا می‌شوند؛ مانند: ایجاد اشتغال (از طریق ایجاد و تأمین شرایط و امکانات کار برای اعضا)، ارائه بموقع نهادهای کشاورزی در مقدار مناسب، ارائه خدمات حمل و نقل، اطلاع رسانی مناسب (از طریق رادیو، تلویزیون، نشریات ترویجی)، تأمین اعتبار در زمان کوتاه با کارمزد و بهره مناسب، کم کردن مقررات و ضوابط بانکی (مانند آوردن وثیقه و داشتن ضامن) و ارائه ماشین آلات جدید و متناسب با فناوری روز دنیا به منظور مکانیزه کردن کشاورزی.



۴. از آنجا که انجام امور به شکل گروهی در میزان ترویج کارآفرینی اعضا در تعاونی کشاورزی نقش مثبت دارد، لذا توصیه می گردد تعاونیهای کشاورزی کارگروهی را از طریق آموزش به اعضا گسترش دهند و اعضا را تشویق به انجام امور به صورت گروهی نمایند.

۵. با توجه به اینکه ارائه خدمات در میزان ترویج کارآفرینی نقش مثبت دارد، لذا پیشنهاد می گردد خدمات مورد نیاز و مؤثر در امر ترویج کارآفرینی، شامل اعطای وام، تأمین ماشین آلات کشاورزی، بازاریابی تولیدات، خدمات اطلاع رسانی، خدمات آموزشی و ترویجی، با کیفیت هر چه بیشتر و بهتر به اعضا ارائه شوند.

۶. از آنجا که عوامل اقتصادی موجود در تعاونیهای کشاورزی در میزان ترویج کارآفرینی نقش مثبت دارند، لذا لازم است عوامل اقتصادی مانند: دسترسی به اعتبارات (از طریق اعطای وامهای کم بهره)، معرفی بازارهای مناسب (از طریق رسانهها مانند رادیو، تلویزیون، نشریات ترویجی) و افزایش درآمد کشاورزان (از طریق پیدا کردن مشتریان جدید از طریق تبلیغ و آگهی، فروش بموقع محصول به خریداران، کاهش هزینه های بازاریابی و خرید)، افزایش تولید محصولات کشاورزان (از طریق تأمین ماشین آلات، تأمین اعتبارات، بازاریابی تولیدات و آموزش روشهای جدید تولید) توسط تعاونیهای کشاورزی تقویت گردند.

## منابع

۱. احمدپورداریانی، محمود (۱۳۷۷)، طراحی و تبیین الگوی پرورش مدیران کارآفرین در صنعت، رساله دکتری در رشته مدیریت صنعتی، دانشگاه تربیت مدرس، صص ۹۸-۱۰۱.
۲. پورقاسم، شهلا (۱۳۸۱)، بررسی وضعیت و مشکلات اشتغال زنان دارای تحصیلات عالی جوای کار شهر تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تربیت مدرس، صص ۵۴-۵۵.
۳. پیشرو، حمدالله (۱۳۸۳)، زمینه یابی ایجاد فرصتهای شغلی از طریق تشکلهای تعاونی در صنایع جنبی نفت، گاز و پتروشیمی منطقه پارس جنوبی بوشهر، وزارت تعاون، معاونت تحقیقات، آموزش و ترویج وزارت تعاون، صص ۶۲-۶۳.

۴. دباغ، رحیم (۱۳۸۵)، سیاست‌های اشتغالزایی کشورهای مختلف و ایران، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، شماره ۳۶-۳۷.

۵. سلیمان پور، محمدرضا (۱۳۸۵)، بررسی موانع و مشکلات نیل به رویکرد کارآفرینی در آموزش عالی کشاورزی از دیدگاه دانشجویان دوره های تکمیلی استان تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات، صص ۱۰۴-۱۰۵.

۶. شالی، اکبر (۱۳۸۰)، بررسی فعالیت ها و عملکرد شرکتهای تعاونی کشاورزی مرغداری استان تهران، فصلنامه نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی، شماره ۴، صص ۱۲-۱۳.

۷. عزیزی، محمد (۱۳۸۲)، بررسی و مقایسه زمینه های بروز و پرورش کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی، صص ۶۳.

۸. فلاح جلودار، ربیع (۱۳۸۶)، تحلیل عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی شمال کشور، رساله دکتری در رشته ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، صص ۹۸.

۹. نیک یار، سید طهماسب (۱۳۸۲)، بررسی اثرات گسترش شرکتهای تعاونی در ایجاد اشتغال با تأکید بر فارغ التحصیلان دانشگاهی بیکار استان تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات تهران، صص ۱۰۱-۱۰۳.

10. Hisrich R. & C. Brush (1998), The woman entrepreneur: Management Skill and business problems, *Journal of small Business Managemant*, 22:30-37.

11. Tang ,H. K. & K. T. Yeo (1995), Technology, entrepreneurship and national development: Lesson from Singapore, *International Journal of Technology Management*, 10(7):797-810.

12. Tyebjee, T. & L. Vickery (1998), Venture capital in western Europe, *Journal of Business Venturing*, 3(2):123-136.