

فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال دوازدهم، شماره دوم (پیاپی ۴۴)، تابستان ۱۴۰۲

شاپای چاپی ۲۳۲۲-۲۱۳۱ شاپای الکترونیکی ۴۷۶X-۲۵۸۸

<http://serd.khu.ac.ir>

DOR: 20.1001.1.23222131.1402.12.44.4.4

صفحات ۱۰۲-۸۱

مقاله پژوهشی

## مدل توسعه اقتصادی - اجتماعی کار آفرینی روستایی در تعاونی‌های کشاورزی، احیاء، بهره‌برداری و توسعه جنگل استان مازندران

حمید رستگاری کویایی؛ دانشجوی دکتری گروه مدیریت توسعه روستایی، دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران.

ذکریا محمدی تهری؛ دانشجوی دکتری گروه مدیریت توسعه روستایی، دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران.

مریم شریف‌زاده\*؛ دانشیار گروه مدیریت توسعه روستایی، دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران.

ویدا علی‌یاری؛ دانشجوی دکتری گروه مدیریت توسعه روستایی، دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران.

پذیرش نهایی: ۱۴۰۲/۰۲/۳۱

دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۰۶/۳۰

### چکیده

تغییر و تحولات امروزی ساختار اقتصادی دنیا را دگرگون ساخته است. رقابت‌پذیری در اقتصاد جهانی بدون توجه کافی به رویکردها و روش‌های خلاقانه امکان‌پذیر نمی‌باشد. کارآفرینی با بدل شدن به مقوله‌ای تحول‌آفرین در اقتصاد تمامی جوامع به‌عنوان موتور محرکه توسعه اقتصادی و فرهنگی شناخته شده و نقش اساسی در فرآیند توسعه پایدار کشورها ایفا می‌کند. در عصر حاضر اهمیت شرکت‌های نوآور و کارآفرین به‌اندازه‌ای است که نیروی محرکه اقتصاد کشورها شناخته می‌شوند. کارآفرینی نوآوری را در سازمان نهادینه ساخته و تعالی اقتصاد کشور را به‌دنبال خواهد داشت. کارآفرینی در مناطق روستایی نقش مهمی در توسعه اقتصاد روستایی دارد. توسعه کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی راهکاری مؤثر برای تعالی این سازمان‌ها می‌باشد. این رویکرد به رشد و توسعه تعاونی‌ها کمک نموده و در بهبود کسب و کار، افزایش درآمد و سودآوری برای آن‌ها نقش بسزایی دارد. از این‌رو تلاش برای زمینه‌سازی در جهت توسعه کارآفرینی در تعاونی‌ها یکی از اولویت‌های برنامه‌های توسعه بخش تعاون به‌حساب می‌آید. لذا، هدف پژوهش حاضر نیز ارائه مدلی برای توسعه کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی، احیاء، بهره‌برداری و توسعه جنگل استان مازندران بود. به این منظور ۵ تعاونی با تعداد نمونه آماری ۲۰۱ نفر مورد بررسی و مطالعه قرار گرفتند. به منظور جمع‌آوری داده از پرسشنامه‌های ساختارمند استفاده شد. همچنین در بخش تحلیل داده‌های توصیفی از نرم‌افزار SPSS، در بخش آزمون ابزار پژوهش و آزمون فرضیه‌ها از نرم‌افزار SmartPLS و به منظور ارائه مدل توسعه از روش شبکه عصبی پرسپترون چندلایه استفاده گردید. نتایج نشان داد که ابزار پژوهش از اعتبار همگرایی (روایی و پایایی) مناسبی برخوردار است و با توجه به آزمون واریانس اعتبار اشتراک، نیز ابزار اندازه‌گیری از کیفیت قابل قبولی برخوردار است. همچنین، از ۱۵ فرضیه بررسی شده، ۱۳ فرضیه تأیید و دو فرضیه نیز رد شدند. در نهایت با توجه به مدل توسعه کارآفرینی پنج متغیر: "ویژگی‌های مدیران"، "ویژگی‌های کارکنان"، "سبک رهبری تعاونی"، "ساختار سازمانی" و "سیستم پاداش" حائز بیشترین اهمیت در مدل شدند و درصد بیشتری از متغیر توسعه کارآفرینی سازمانی را تبیین نمودند.

**واژگان کلیدی:** کارآفرینی روستایی، اقتصاد روستایی، تعاونی‌های توسعه جنگل، مناطق روستایی، مازندران.

\* m.sharifzadeh@yu.ac.ir

**(۱) مقدمه**

امروزه ساختار اقتصادی جهان با گذشته به طور اساسی تفاوت یافته است (امینی و همکاران، ۱۴۰۲: ۳۷۶). رقابت‌پذیری در اقتصاد کنونی بدون توجه کافی به رویکردها و روش‌های خلاقانه امکان‌پذیر نمی‌باشد (ضیاءآبادی و همکاران، ۱۴۰۱: ۲۱۲). کارآفرینی با بدل شدن به مقوله‌ای تحول‌آفرین در اقتصاد تمامی جوامع به‌عنوان موتور محرکه توسعه اقتصادی و فرهنگی شناخته شده و نقش اساسی در فرآیند توسعه پایدار کشورها ایفا می‌کند (Rajaei et al., 2011: 1521). به همین دلیل کارآفرینی در کشورهای مختلف جهان مورد توجه واقع شده و در اولویت برنامه‌های توسعه قرار گرفته است (دیهیم و وکیل‌الرعا، ۱۴۰۲: ۱). بسیاری از صاحب‌نظران بر این باورند که حیات و بقای سازمان‌ها در گرو همسو شدن با تحولات اقتصادی و بهره‌گیری از رویکردهای کارآفرینانه است (ضیاءآبادی و همکاران، ۱۴۰۱: ۲۱۳؛ خسروی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱). بنابراین کارآفرینی به‌عنوان عامل بسیار مهم و حیاتی، نقش بارزی در توسعه سازمان‌ها و شرکت‌های سنتی ایفا می‌کند (نظری و همکاران، ۱۴۰۱: ۱). لذا، توفیق سازمان‌ها در تعقیب فرآیند توسعه پایدار در گرو فرآیند کارآفرینی است. این فرآیند با تسریع نوآوری‌ها و توسعه نوسازی راهبردی، سازمان را در جهت غلبه بر موانع و مشکلات توسعه پایدار و دستیابی به اهداف والای آن پیشگام می‌سازد (Miles et al., 2009: 66). این رویکرد در کارآفرینی، از مفاهیم بسیار مهمی است که اهمیت و مزایای آن در سال‌های اخیر سهم چشمگیری در توفیق و تعالی سازمان‌ها، شرکت‌ها و بنگاه‌های تجاری در زیربخش‌های مختلف صنعتی، کشاورزی و خدماتی ایفا نموده و توانسته است پویایی سازمانی را با ارائه روش‌های جدید و ایجاد مزیت نسبی به ارمغان بیاورد (رضایی و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۸). با این حال، این مقوله، در برخی کشورهای در حال توسعه همچون ایران، در وضعیت نامناسبی قرار دارد و توسعه چندانی نیافته است. در این زمینه، بر اساس گزارش دفتر دیدبان جهانی کارآفرینی<sup>۱</sup> (۲۰۱۱) میزان شاخص کارآفرینی سازمانی در ایران مشابه کشورهایی همچون بنگلادش، پاکستان و جامائیکا، کمتر از یک درصد است. این در حالی است که مقدار این شاخص برای کشورهای توسعه یافته مانند سوئد، دانمارک، بلژیک، فنلاند و ایالات متحده بین ۶ الی ۱۴ درصد متغیر است (Kelley et al., 2012: 3). بنابراین با توجه به آمار و ارقام یاد شده و اهمیت این موضوع، ضرورت توسعه کارآفرینی سازمانی در سازمان‌ها و نهادهای اقتصادی کشور جهت دستیابی به توسعه، بسیار محسوس است. در این میان، تعاونی‌ها به‌عنوان یکی از سازمان‌های اقتصادی در جامعه، موجبات بکارگیری توان و استعداد‌های فکری و مالی پراکنده و جزئی افراد را فراهم می‌کنند و تلاش‌های فردی، گروهی، اجتماعی و همگانی را در قالب یک تشکل، منسجم می‌سازند و با مدنظر قرار دادن منافع جمعی، از حرکت‌های سودجویانه افراد خاص جلوگیری می‌کنند (حیدرقلی‌زاده، ۱۳۹۰: ۱۲۳). شرکت‌های تعاونی به‌عنوان یکی از ساختارهای مطلوب برای اقتصاد پایدار در سطح محلی و ملی (Kara et al, 2020: 35) در ارتقای تولید، افزایش درآمد، بهبود شرایط زندگی و وضعیت اقتصادی جامعه نقش مؤثری ایفا می‌کنند (قربانی‌پیرعلیدهی و همکاران، ۱۴۰۱: ۳۱).

لذا، مجموعه شرایط و مقتضیات جامعه از یک سو و برنامه‌ها و اهداف مشترک میان مقوله کارآفرینی و تعاون از سوی دیگر، ارتباط راهبردی این دو مقوله اساسی را اجتناب‌ناپذیر می‌سازد. بنابراین بخش تعاونی به‌عنوان یک سازمان، باید تمام تلاش و امکانات خود را بر توانمندسازی تشکل‌ها و اعضای آن یا همانا کارآفرینی سازمانی متمرکز سازد. از سویی دیگر، شرایط محیطی و قواعد بازی رقابت به حدی بی‌رحم، پیچیده، پویا و نامطمئن هستند که تعاونی‌ها دیگر نمی‌توانند تنها با تغییرات روبنایی مثل تغییر روش‌ها، سیستم‌ها، ساختار، فناوری و غیره

<sup>۱</sup> Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

حیات و بقای بلندمدت خود را تضمین کنند. همچنین آن‌ها نمی‌توانند با تعداد اندکی افراد خلاق و کارآفرین و یا اجرای چند طرح کارآفرینانه بر رقبای کوچک، چابک، نوآور، فرصت‌گرا و کم هزینه فائق آیند. این تشکلهای باید شرایطی را فراهم کنند تا همه کارکنان روحیه کارآفرینانه پیدا کنند و بتوانند به راحتی و به طور مستمر فعالیت‌های کارآفرینانه خود را به اجرا درآورند و این مهم مستلزم پیاده‌سازی الگویی مهم تحت عنوان کارآفرینی سازمانی است (زارعی‌پهنه‌کلایی و همکاران، ۱۳۹۲: ۸۲). یکی از ارکان اصلی توسعه اقتصاد روستایی، کارآفرینی روستایی است که آن را می‌توان به‌عنوان سازمان جدیدی معرفی کرد که محصول جدیدی را معرفی نموده، بازار جدیدی را ایجاد و عرضه کرده و از فناوری در روستا استفاده می‌کند (جولایی و همکاران، ۱۴۰۱: ۵۶). تقویت ظرفیت سازمانی و تجاری انجمن‌های روستایی و سازمان‌های محلی کشاورزی همچون تعاونی‌های کشاورزان، مکانیزمی ضروری برای پیشبرد معاش پایدار و توسعه مناطق روستایی می‌باشد (قربانی پیرعلیدهی و همکاران، ۱۴۰۱: ۳۱). تا کنون بخش عظیمی از دستاوردهای توسعه اقتصادی در جهان، حاصل توسعه تعاونی‌ها به‌ویژه از طریق ایجاد کسب و کارهای کوچک با ماهیت گروهی و تعاونی بوده است (حاجی‌هاشمی و همکاران، ۱۳۹۴: ۲). با توجه به گستردگی بخش کشاورزی، دستیابی به اهداف توسعه بدون تشکیل سازمان یا تعاونی میسر نبوده (کورکی‌نژاد، ۱۴۰۱: ۱۳۵) و تعاونی‌های کشاورزی نقش مهمی در توسعه محلی، منطقه‌ای و ملی ایفا می‌کنند (kara et al, 2020: 35). در کشور ایران نیز شرکت‌های تعاونی کشاورزی در مناطق روستایی به‌لحاظ اقتصادی در بهبود وضعیت فنی و اقتصادی کشاورزان، توانمندسازی برای کاهش فقر، میزان تولید و مکانیزاسیون، بهبود شرایط کار و تولید در روستاها اثرات فراوانی داشته‌اند (قربانی پیرعلیدهی و همکاران، ۱۴۰۱: ۳۱). در این میان شرکت‌های تعاونی کشاورزی، احیاء، بهره‌برداری و توسعه جنگل به‌عنوان تعاونی‌های منابع طبیعی در استان مازندران، از این امر مستثنی نیستند و توسعه کارآفرینی سازمانی در این نوع تعاونی‌ها نیز بسیار حائز اهمیت است. لذا پژوهش حاضر در پی طراحی مدل توسعه کارآفرینی سازمانی در این نوع تعاونی‌ها در استان مازندران به دنبال پاسخ به این سؤال است که: مدل مناسب توسعه کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی، احیاء، بهره‌برداری و توسعه جنگل استان مازندران کدام است و اصولاً چه ساز و کاری برای طراحی این مدل نیاز است؟

## ۲) مبانی نظری

در جامعه امروز جهت دستیابی به موفقیت، به عنصر حیاتی کارآفرینی نیازمند است. بروز بحران‌های اقتصادی اخیر، نقش کارآفرینی را به‌عنوان پیشران توسعه اقتصادی اثبات نموده و ایجاد شغل و پیشرفت تکنولوژی به طور گسترده‌ای به مقوله کارآفرینی پیوند خورده است (عباسی و همکاران، ۱۴۰۲: ۱۷). بر اساس دیدگاه شومپیتر<sup>۱</sup> (۱۹۶۱) کارآفرینان نیروهای اصلی در توسعه اقتصادی مدرن هستند و بدون کارآفرینان، ایجاد تغییرات مهم در سیستم‌های اقتصادی، دشوار است (بغدادی و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۲). پیتر دراگر<sup>۲</sup> معتقد است کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع نموده، ارزش‌ها را تغییر داده و در عین مخاطره‌پذیری به درستی تصمیم‌گیری می‌نماید (طهماسبی‌زاده و همکاران، ۱۴۰۱: ۲). انواع کارآفرینی شامل کارآفرینی مستقل، درون‌سازمانی و سازمانی می‌باشد. کارآفرینی سازمانی شامل فرآیند سازمان جهت ایفای نقش همگانی و مداوم کارکنان در فعالیت‌های کارآفرینانه است (ذوالفقاری و عشایری،

<sup>1</sup> Schumpeter

<sup>2</sup> Peter Drucker

۱۴۰۲: ۶۴)؛ که با تشویق و ترویج روحیه کارآفرینانه و با بهره‌گیری از دانش خلق شده در رهیافت‌های اقتصادی، روان‌شناسی و جامعه‌شناسی توسعه می‌یابد (الوانی و همکاران، ۱۳۹۵: ۲).

مفهوم واژه کارآفرینی سازمانی که اولین بار به وسیله پینکات<sup>۱</sup> مطرح شد (Monfared et al., 2019: 2). وی کارآفرین سازمانی را فردی در یک سازمان بزرگ دانست که مانند یک کارآفرین مستقل رفتار می‌کند و وظیفه و فعالیت او ایجاد واحدهای جدید در سازمان، ارائه محصولات، خدمات و فرآیندهای جدید است که سازمان را به سمت بهبود و سودآوری سوق می‌دهد (Chegini and Zamani, 2014: 66). در حالی که ایده کارآفرینی سازمانی در اواخر قرن بیستم توسط افرادی همچون کاوین<sup>۲</sup>، استاپفورد<sup>۳</sup>، بادنفولر<sup>۴</sup>، بلاک<sup>۵</sup> و مک میلان<sup>۶</sup> مطرح شده است، ولی سازمان‌های بزرگ به دنبال روش‌های جدید در قالب این مفهوم هستند که ساز و کارهای رشد واقعی را بیابند (بیگی‌نیا و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۱). در واقع کارآفرینی سازمانی به معنای توسعه شایستگی‌ها و فرصت‌ها در درون سازمان از طریق ترکیب مختلف منابع جدید است (Stoner et al., 1998: 56).

سازمان‌های کارآفرین همواره باید در تلاش برای زمینه‌سازی الزامات لازم جهت اقدام اعضاء به کارآفرینی سازمانی باشند. بنابراین تحول‌آفرینی در شرکت‌های تعاونی کشاورزی و اتخاذ راهبردهای زمینه‌ساز برای توسعه کارآفرینی سازمانی در این شرکت‌ها، سرآغاز بروز نوآوری، پویایی و رشد و بهره‌وری در این شرکت‌ها بوده و در شرایط اقتصادی و اجتماعی کنونی، توجه به این موضوع در برنامه‌های توسعه بخش تعاون از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. لذا در این پژوهش شرکت‌های تعاونی کشاورزی به‌عنوان یک سازمان در نظر گرفته شده و مقوله کارآفرینی و توسعه آن در این راستا مورد توجه قرار گرفته است (خسروی و همکاران، ۱۳۹۶: ۲). درک بهتر مفهوم کارآفرینی سازمانی، مستلزم توجه به سازوکارهای دنبال‌شده در روند پژوهش‌های پیشین است.

۱- بررسی مدل‌های سنجش توسعه کارآفرینی سازمانی: در این گروه از مطالعات، "توسعه کارآفرینی سازمانی" مبتنی بر دسترسی به مدل مناسب کارآفرینی و سنجش آن است.

۲- بررسی مدل‌های توسعه کارآفرینی سازمانی: بخشی از پیشین‌نگاشته‌ها بر وجود ابعاد و مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی سازمانی صحه گذاشته اند.

۳- بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی: پیشین‌نگاشته‌ها بر وجود پیش‌برنده‌ها و بازدارنده‌های مختلف توسعه کارآفرینی سازمانی نیز تمرکز دارند، که در ادامه به آنها پرداخته شده است.

### مدل‌های سنجش کارآفرینی سازمانی (مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی)

در مورد ابعاد و مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی و سنجش آن تحقیقات زیادی صورت گرفته است و پژوهشگران مختلف این ابعاد را در قالب مدل‌هایی ارائه کردند که به مهم‌ترین آن در جدول ۱ پرداخته شده است. وجه بارز مدل‌های سنجش کارآفرینی سازمانی اتخاذ رویکردهای راهبردی میان مدت و درازمدت با تمرکز بر ابعاد درون (فردی و گروهی) و برون‌سازمانی می‌باشد. بقای سازمان در این مدل‌ها مبتنی بر فرایندمحور بودن فعالیت‌ها، نوسازی و تجدید ساختار سازمانی و پویایی آن در بستر محیطی است (جدول ۱).

<sup>1</sup> Pinkat

<sup>2</sup> Kevin

<sup>3</sup> Stapford

<sup>4</sup> Badenfoler

<sup>5</sup> Block

<sup>6</sup> Macmilan

## جدول ۱. مدل‌های سنجش کارآفرینی سازمانی

| منبع                                       | ابعاد (مؤلفه‌های سنجش)  | توضیحات مدل  | مدل  |
|--|---|--|--|
| Scheepers et al., 2008, Miles et al., 2009 | نوآوری، پیشگامی، نوسازی راهبردی و ریسک‌پذیری  | چهار عامل رویکرد کارآفرینی سازمانی را شکل داده و مورد سنجش قرار می‌دهند.   | چهار عاملی                                     |
| &Antonic Hisrich, 2004                     | ایجاد شرکت‌ها یا واحدهای مستقل، کسب و کار جدید، نوآوری در محصول و خدمات، نوآوری در فرآیند، خودتجدیدی، ریسک‌پذیری، پیشگامی، رقابت‌تهاجمی | هشت عامل رویکرد کارآفرینی سازمانی را مورد سنجش قرار می‌دهد.  | آنتونیک و هیسریچ <sup>۱</sup>                  |
| Lumpkin & Dess, 1996                       | عوامل محیطی، عوامل سازمانی و گرایش کارآفرینانه  | فرآیندها، اقدامات و فعالیت‌های تصمیم‌گیری که به ورودی جدید منجر می‌شود.  | لامپکین و دس                                   |
| Gartner, 1985                              | ویژگی‌های افراد، سازمان، محیط پیرامون، فرآیند   | چهار دیدگاه مهم را در کارآفرینی تلفیق می‌کند.  | گارتنر   |
| Duncan et al., 1988                        | مؤلفه‌های ساختار سازمانی، مؤلفه‌های ارتباطات سازمانی و مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی  | در این مدل فرایند کارآفرینی سازمانی شامل سه مرحله تولید ایده‌ها، اجرای ایده‌ها و نتایج ایده‌ها در سازمان می‌باشد که مؤلفه‌های متعددی در تسهیل آن اثرگذار است.                                    | مدل سه بعدی بسترهای کارآفرینی در سازمان        |
| Morris and Kuratko, 2002                   | مشخصات فردی، سازمانی و حادثه ناگهانی  | مدل بر اساس سه مؤلفه شکل گرفته و توسعه می‌یابد.  | مدل تعامل کارآفرینی                            |
| Hornsby et al. (1993)                      | حمایت، مدیریت، استقلال، قدرت تشخیص، پاداش، قابلیت دسترسی به زمان و محدوده‌های سازمانی   | در این مدل به بررسی ویژگی‌های سازمانی، فردی و رویدادهای پیش‌بینی‌کننده رفتار کارآفرینانه پرداخته شده است. تأکید این مدل بر تلفیق عوامل سازمانی و ویژگی‌های فردی برای تحقق کارآفرینی سازمانی است. | مدل تلفیقی فرایند کارآفرینانه هورنزی و همکاران |
| Wolcott & Lippitz, 2007                    | حمایت، مدیریت، فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی، اختیار کاری، سیستم پاداش، ارتباطات سازمانی  |  | مدل ولکات و لیبز                               |

با توجه به زمینه پژوهش حاضر برای سنجش متغیر وابسته کارآفرینی سازمانی، از مدل هشت مؤلفه‌ای آنتونیک و هیسریچ (Antonic & Hisrich, 2004: 520) به دلیل جامعیت آن بهره گرفته شد. در این مدل، کارآفرینی سازمانی بایستی به‌عنوان مفهوم چندبعدی (با هشت بعد) متمایز، در عین حال مرتبط نگریسته شود. این ابعاد عبارتند از (تسلیمی و همکاران، ۱۳۸۵: ۲۹):

۱- **ایجاد واحدهای مستقل**، کاملاً رسمی مستقل یا نیمه مستقل موسوم به کارآفرینی پرورشگاهی که می‌توانند در درون یا بیرون از حوزه سازمان قرار گیرند.

۲- **ورود به کسب و کار جدید و پیگیری آن**، که به وسیله تعریف مجدد تولیدات شرکت و یا به وسیله توسعه بازارهای جدید، به ایجاد تازگی درون ساختار فعلی سازمان می‌انجامد.

<sup>1</sup> Antonic and Hisrich

- ۳- نوآوری در محصول و خدمات، که بر ارتقا محصول جدید، بهبودبخشی به آن و اجرای رویه‌ها و روش‌های نو در تولید دلالت دارد.
- ۴- نوآوری در فرآیند، که به‌عنوان نمود نوآوری و کارآفرینی شرکت‌های تولیدی در نظر گرفته می‌شود (Zahra, 1993: 22).
- ۵- خودتجدیدی، که ناظر بر تجدید مستمر کسب و کار، انطباق‌پذیری و انعطاف‌پذیری از طریق تعریف مجدد مفهوم کسب و کار، سازماندهی مجدد و ارائه تغییرات گسترده سیستمی می‌باشد.
- ۶- ریسک‌پذیری، شامل آمادگی سازمان برای استفاده از منابع برای بهره‌گیری از فرصت‌ها و شروع پروژه‌ها بدون اطلاع از نتایج و بازگشت سرمایه است (Hough & Scheepers, 2008: 18).
- ۷- پیشگامی، یک پیش‌بینی و رفتار برای رفع نیازهای آتی از طریق جست و جو و استفاده از فرصت‌هایی تعریف می‌شود که بر توسعه محصولات یا بازار دلالت دارد (رضایی و حسینی، ۱۳۹۲: ۶۰).
- ۸- رقابت تهاجمی، تمایل سازمان در رقابت تهاجمی (به چالش در آوردن یا رقابت کردن با رقبا) فرض شده است (Lumpkin & Dess, 1997: 50).

### مدل‌های توسعه کارآفرینی سازمانی

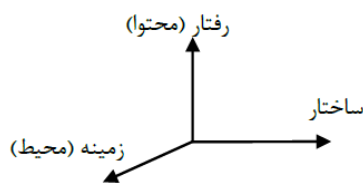
مدل‌های توسعه کارآفرینی در جدول ۲ بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه سازمان معطوف بوده و بر پیشبرد فعالیت‌های کارآفرینانه سازمان تمرکز دارد. بهره‌گیری از هر مدل بنابر نوع استفاده و همخوانی آن با بستر و نوع فعالیت هر سازمان صورت می‌پذیرد. نظام‌مندی و کل‌نگری در بهره‌گیری از منابع سازمانی، فرایندمداری و نگرش سیستمی نرم بر محیط سازمان از مهم‌ترین ویژگی‌های این مدل‌ها می‌باشد (مقیمی، ۱۳۸۳: ۲۶).

جدول ۲. مدل‌های توسعه کارآفرینی سازمانی

| منبع                           | ابعاد مدل (چارچوب انتخاب متغیرهای مستقل پژوهش)                              | توضیحات مدل  | مدل                                |
|--------------------------------|---|--|------------------------------------|
| مقیمی (۱۳۸۴)                   | ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای  | مدل نظام‌مندی است که کلیه عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در سازمان دولتی یا مردم‌نهاد (تعاونی یا خصوصی) را در سه بعد ساختار، رفتار و زمینه، تبیین می‌کند.   | مدل سه شاخگی توسعه کارآفرینی       |
| احمدپور داریانی و مطلبی (۱۳۹۰) | متغیر مقدم یا پیشینه، متغیر تسریع‌کننده و متغیرهای توانبخش یا حرکت دهنده    | در این مدل سه عامل در انگیزه کارآفرین دخالت دارد. این عوامل عبارتند از: متغیر مقدم یا پیشینه، متغیر تسریع‌کننده و متغیرهای توانبخش یا حرکت دهنده.  | مدل توسعه رویدادی فرای             |
| احمدپور داریانی و مطلبی (۱۳۹۰) | ورودی، پردازش و خروجی   | این مدل کارآفرینی را به‌صورت یک فرآیند سیستمی نگریسته، که دارای یک سری ورودی (عوامل فردی، سازمانی و محیطی)، فرآیند پردازش (شکل‌گیری تفکر، تدوین برنامه فعالیت و اجرای ایده) و خروجی (رشد، تغییر و نوآوری) می‌باشد. | مدل سیستمی توسعه کارآفرینی         |
| مدرسی‌عالم و داودی (۱۳۹۳)      | گرایش‌ها و ادراکات کارآفرینانه، فعالیت‌های کارآفرینانه و اشتیاق کارآفرینانه | به گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی، این مدل فعالیت‌های کارآفرینانه در جهان را که بر سه محور گرایش‌ها، فعالیت‌ها و اشتیاق به توسعه کسب و کار استوار است، سنجش و ارزیابی می‌کند.                                      | مدل دیده بان جهانی کارآفرینی (GEM) |

|                               |   |   |                             |
|-------------------------------|---|---|-----------------------------|
| مدل توسعه کارآفرینی استراتژیک | این مدل بیانگر تلفیق کارآفرینی و استراتژی برای طراحی و اجرای استراتژی‌های کارآفرینانه، خلق ثروت، پیگیری عملکرد برتر سازمان از طریق فعالیت‌های همزمان، فرصت‌جویی و مزیت‌جویی می‌باشد. در این مدل هفت حوزه برای توسعه کارآفرینی معرفی شده که هر حوزه دارای زیرمجموعه‌هایی می‌باشند.             | منابع و قابلیت‌ها، هماهنگ-سازی منابع، فرایند اکتشاف، فرایند بهره‌برداری، مزیت رقابتی و خلق ثروت، رشد و سایر منافع | رضوی و همکاران (۱۳۹۳)       |
| نظریه نمایندگی                | نظریه نمایندگی برگرفته از نظریه‌ای اقتصادی است که توسط Alchian and Demsetz در سال ۱۹۷۲ توسعه یافت. بر اساس این نظریه، منافع صاحبان شرکت (مدیران) و منافع نمایندگان متفاوت است، بنابراین به‌منظور جلوگیری از عمل نمایندگان به نفع خود (نه به نفع مدیران) لازم است هزینه‌های نظارتی متحمل شوند. | ساختارهای تشویقی مناسب، همسو کردن منافع اعضا، مدیران و کارکنان  | Guzmán et al., 2019         |
| نظریه ذینفعان                 | نظریه ذینفعان استدلال می‌کند که شرکت‌ها دارای گروه‌های مختلف ذینفع از جمله سهامداران، کارکنان و مشتریان بوده که حفظ روابط با آن‌ها می‌تواند مزایایی برای شرکت داشته باشد.   | عملکرد بهتر کارکنان و افزایش ارزش سهامداران   | غلامرضا پور و همکاران، ۱۴۰۰ |

در بین مدل‌های ذکر شده، مدل سه شاخگی مدل نظام‌مندی است که به دلیل تبیین کلیه عوامل مؤثر در شکل‌گیری و توسعه پدیده کارآفرینی در سازمان از جامعیت بیشتری برخوردار است. از سوی دیگر، نحوه ارتباط و تعامل بین این سه بعد، ویژگی متمایز دیگر مدل سه‌شاخگی است (مقیم، ۱۳۸۳: ۲۶). در حالی که سایر مدل‌های توسعه کارآفرینی (ارائه شده در جدول ۲) از این ویژگی برخوردار نیستند (لطفی جلال‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۴: ۹). بنابراین، چارچوب نظری پژوهش حاضر بر مبنای مدل سه‌شاخگی توسعه کارآفرینی بنا نهاده شده است. مدل مزبور یک ابزار تحلیلی است که بر اساس آن می‌توان کلیه مطالعات و تئوری‌های سازمان و مدیریت را در سه حوزه بررسی نمود (شکل ۱).



شکل ۱. مدل سه شاخگی توسعه کارآفرینی (مقیم، ۱۳۸۳)

بعد ساختاری: در بر گیرنده تمام عناصر، عوامل و شرایط فیزیکی و غیرانسانی سازمان می‌باشد که با نظم، قاعده و ترتیب خاص و به هم پیوسته، چارچوب، قالب، پوسته، بدنه و یا شاکله فیزیکی و مادی سازمان را می‌سازد (لطفی جلال‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۴). بنابراین، تمام منابع مادی، مالی، اطلاعاتی و فنی که با ترکیب خاصی در بدنه کلی سازمان جاری می‌شوند (عوامل غیر زنده) جزء شاخه ساختاری قرار می‌گیرند (مقیم، ۱۳۸۳: ۶۰).

بعد زمینه‌ای: شرایط و عوامل محیطی برون سازمانی هستند که محیط سازمان را احاطه نموده، با سازمان تأثیر و تأثر متقابل داشته و خارج از کنترل سازمان می‌باشند. هر نظام یا سازمانی در جایگاه ویژه خود همواره با نظام-های محیطی در کنش و واکنش دائمی است. از این رو، تمامی علل و عواملی که امکان برقراری، تنظیم و واکنش

به‌موقع و مناسب سازمان نسبت به سایر نظام‌ها را فراهم می‌آورند، زمینه یا محیط نامیده می‌شوند (مبینی-دهکردی و کشتکار هرانکی، ۱۳۹۳: ۵۸).

بعد رفتاری: شامل عوامل انسانی و روابط انسانی در سازمان است که هنجارهای رفتاری، ارتباط غیررسمی و الگوهای خاص بهم‌پیوسته و محتوای اصلی سازمان را تشکیل می‌دهد. این عوامل محتوایی در واقع پویایی بخش سازمان تلقی می‌شوند و هر گونه عاملی که به‌طور مستقیم مربوط به نیروی انسانی می‌باشد، در این شاخه قرار می‌گیرند (مقیمی، ۱۳۸۳: ۶۰).

در رابطه با عوامل سه‌گانه مدل سه‌شاخگی، تحقیقات مختلفی در سطوح ملی و بین‌المللی انجام شده که در ادامه به برخی از این مطالعات اشاره شده است:

در مطالعه‌ای مبینی دهکردی و کشتکار هرانکی (۱۳۹۳) به بررسی تأثیر مدل سه‌شاخگی بر نوآوری اجتماعی در یک شرکت وابسته به صنایع خودروسازی پرداختند. نتایج حاصل از مقایسه عوامل سه‌شاخگی حاکی از آن بود که عوامل ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای بیشترین تأثیر را بر نوآوری اجتماعی سازمان مورد مطالعه داشته‌اند. بر اساس یافته‌های تحقیق الوانی و همکاران (۱۳۹۵) عوامل سازمانی، فردی، استراتژیک و محیطی تأثیر مثبتی بر کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های کارآفرین صنایع غذایی داشته است. یعقوبی و نجف‌لو (۱۳۹۶) نیز پنج عامل اصلاحات زیرساختی، فرهنگ‌سازی، ارائه فرصت‌ها، سیاست‌گذاری و سبک رهبری نوین را به‌عنوان راهکارهای توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی شهرستان ابهر معرفی نمودند. واحدی و همکاران (۱۳۹۸) به بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی استان ایلام پرداختند و نشان دادند سطح توسعه کارآفرینی ۹۴ درصد از تعاونی‌های کشاورزی استان در حد متوسط و کمتر از آن بوده است. همچنین رابطه عوامل اقتصادی، اطلاعاتی، آموزشی، سازمانی و سیاستی با توسعه کارآفرینی در تعاونی‌ها مثبت و معنادار بوده است. غیورباغبانی و همکاران (۱۳۹۹) به شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی در اداره آموزش و پرورش خراسان رضوی پرداختند و در قالب مدل سه شاخگی مدلی مشتمل بر سه بعد ساختار (ساختار کارآفرینانه، استراتژی سازمان، سیستم تحقیق و توسعه و سیستم ارزیابی عملکرد)، رفتار (مدیریت کارآفرینی یکپارچه و شرایط کارکنان) و زمینه (محیط کارآفرینانه و حمایت اسناد بالادستی) برای توسعه کارآفرینی سازمانی در اداره کل آموزش و پرورش خراسان رضوی ارائه نمودند. بر اساس یافته‌های تحقیق نیازی و عمانی (۱۳۹۹) چهار عامل پشتیبانی و آموزشی، ارتباطی و حمایتی، فرهنگی و مدیریتی - ترویجی ۷۳/۵۸ درصد تغییرات عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی شهرستان دره‌شهر را تبیین نمودند. یافته‌ها نشان داد که بین سن افراد، سطح تحصیلات، میزان مشارکت افراد در کلاس‌های آموزشی و مهارتی، میزان ریسک‌پذیری، رضایت شغلی و سطح کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های خدمات فنی و مشاوره‌ای کشاورزی رابطه معناداری وجود دارد. بر اساس یافته‌های تحقیق Cai et al. (2018) به بررسی عوامل مؤثر بر رفتار کارآفرینانه سازمانی در شرکت‌های دولتی صنعت خودروسازی بر پایه انرژی جدید پرداختند. مطابق با یافته‌ها، شبکه اجتماعی، محیط نهادی و سرمایه‌گذاری اولیه سه عامل مهم در پیدایش رفتار کارآفرینانه سازمانی بوده است. در تحقیقی با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه مهارت‌های کارآفرینی و نوآوری در تعاونی‌های روستایی استان البرز Zand and Arfaee (2022) به این نتیجه دست یافتند که چهار متغیر عوامل اقتصادی، عوامل روانی، عوامل مدیریتی و عوامل اجتماعی-فرهنگی به ترتیب در مجموع حدود ۴۰/۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسعه مهارت‌های کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی را تبیین نمودند. همچنین



نتایج نشان داد که این متغیرها بر توسعه مهارت‌های کارآفرینی و نوآوری در تعاونی‌های کشاورزی تأثیر مثبت دارند.

همانطور که از پژوهش‌های پیشین مشخص است، در مطالعات گذشته به زوایای محدودی از کارآفرینی سازمانی پرداخته شده است. برخی از این مطالعات یک یا دو عامل از مدل سه‌شاخگی را لحاظ نموده و یا در صورت بررسی هر سه بعد، مدل جامعی را در این زمینه ارائه ننموده‌اند، در این تحقیق با در نظر گرفتن هر سه بعد رفتاری، ساختاری و زمینه‌ای و جمع‌بندی از پیشینه پژوهش، پیش‌برنده‌ها و بازدارنده‌های توسعه کارآفرینی سازمانی با توجه به ویژگی‌های سازمان مورد مطالعه در جدول شماره ۳ دسته‌بندی و ارائه شده است.

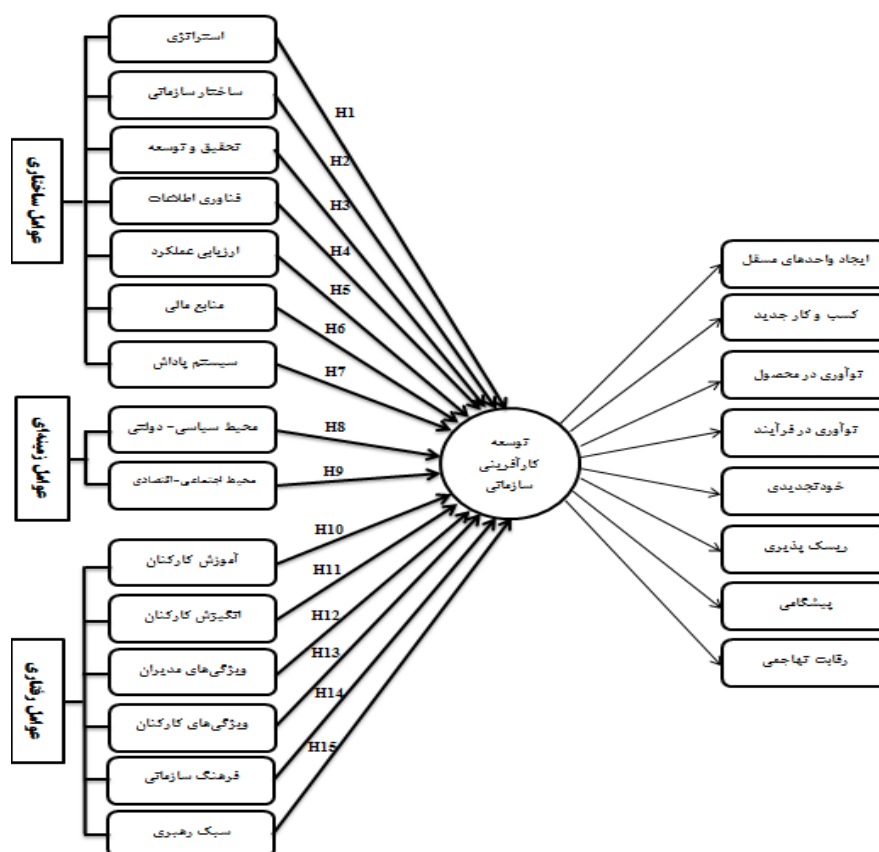
**جدول ۳. جمع‌بندی ویژگی‌های سازمانی بر پایه مدل سه شاخه‌ای**

| عوامل    | متغیر                     | منبع   |
|----------|---------------------------|--|
| ساختاری  | استراتژی                  | غیورباغبانی و همکاران (۱۳۹۹)؛ الوانی و همکاران (۱۳۹۵)؛ دهقان و همکاران (۱۳۹۱)، کاووسی و زنجان طلب (۱۳۹۰)، مقیمی (۱۳۸۳)، Guth & Ginsberg (1990)   |
|          | ساختار سازمانی            | الوانی و همکاران (۱۳۹۵)؛ مبینی دهکردی و کشتکار هرانکی (۱۳۹۳)، کریمی و همکاران (۱۳۹۲)، رضایی و حسینی (۱۳۹۲)، دهقان و همکاران (۱۳۹۱)، کاووسی و زنجان طلب (۱۳۹۰)، مقیمی (۱۳۸۳)، Zahra (2012), Guth & Ginsberg (1990), Lumpkin & Dess (1997), Duncan et al., (1988), Zahra (1993), Lumpkin & Dess (1997), Kearney et al., (2008), Wolcott & Lippitz (2007) |
|          | تحقیق و توسعه             | غیورباغبانی و همکاران (۱۳۹۹)، کاووسی و زنجان طلب (۱۳۹۰)، دهقان و همکاران (۱۳۹۱)، مقیمی (۱۳۸۳)  |
|          | فناوری اطلاعات و ارتباطات | الوانی و همکاران (۱۳۹۵)؛ دهقان و همکاران (۱۳۹۱)، کاووسی و زنجان طلب (۱۳۹۰)، مقیمی (۱۳۸۳)، Duncan et al., (1988), Wolcott & Lippitz (2007)  |
|          | ارزیابی عملکرد            | الوانی و همکاران (۱۳۹۵)؛ غیورباغبانی و همکاران (۱۳۹۹)، دهقان و همکاران (۱۳۹۱)، کاووسی و زنجان طلب (۱۳۹۰)، مقیمی (۱۳۸۳)، Zahra (1991)   |
|          | منابع مالی                | مبینی دهکردی و کشتکار هرانکی (۱۳۹۳)، دهقان و همکاران (۱۳۹۱)، کاووسی و زنجان طلب (۱۳۹۰)، مقیمی (۱۳۸۳)، Lumpkin & Dess (1997)  |
| زمینه‌ای | سیستم پاداش               | کریمی و همکاران (۱۳۹۲)، (2007), Wolcott & Lippitz (2008), Kearney et al., (2012) Gharakhani  |
|          | محیط سیاسی-دولتی          | دهقان و همکاران (۱۳۹۱)، کاووسی و زنجان طلب (۱۳۹۰)، مقیمی (۱۳۸۳)، رضایی و حسینی (۱۳۹۲)  |
| رفتاری   | محیط اجتماعی-اقتصادی      | دهقان و همکاران (۱۳۹۱)، کاووسی و زنجان طلب (۱۳۹۰)، مقیمی (۱۳۸۳)  |
|          | آموزش کارکنان             | مبینی دهکردی و کشتکار هرانکی (۱۳۹۳)، دهقان و همکاران (۱۳۹۱)، کاووسی و زنجان طلب (۱۳۹۰)، مقیمی (۱۳۸۳)   |
|          | انگیزش کارکنان            | دهقان و همکاران (۱۳۹۱)، کریمی و همکاران (۱۳۹۲)، مقیمی (۱۳۸۳)   |
|          | ویژگی‌های مدیران          | الوانی و همکاران (۱۳۹۵)؛ دهقان و همکاران (۱۳۹۱)، کاووسی و زنجان طلب (۱۳۹۰)، مقیمی (۱۳۸۳)، Zahra (1993)   |
|          | ویژگی‌های کارکنان         | غیورباغبانی و همکاران (۱۳۹۹)، دهقان و همکاران (۱۳۹۱)، کاووسی و زنجان طلب (۱۳۹۰)، مقیمی (۱۳۸۳)  |
|          | فرهنگ سازمانی             | مبینی دهکردی و کشتکار هرانکی (۱۳۹۳)، کریمی و همکاران (۱۳۹۲)، رضایی و حسینی (۱۳۹۲)، دهقان و همکاران (۱۳۹۱)، کاووسی و زنجان طلب (۱۳۹۰)، مقیمی (۱۳۸۳)   |

|  |           |
|--|-----------|
| Gharakhani (2012), Guth & Ginsberg (1990), Zahra (1991), Zahra (1993), Lumpkin & Dess (1997), Duncan et al., (1988), Kearney et al., (2008), Wolcott & Lippitz (2007), Johnson & Van de Ven (2002) |           |
| الوانی و همکاران (۱۳۹۵)؛ غیورباغبانی و همکاران (۱۳۹۹)، مبینی دهکردی و کشتکار هرانکی (۱۳۹۳)، کریمی و همکاران (۱۳۹۲)، دهقان و همکاران (۱۳۹۱)، کاووسی و زنجان طلب (۱۳۹۰)، مقیمی (۱۳۸۳)                | سبک رهبری |

بر اساس مبانی نظری پژوهش و مطالعات انجام شده، مهم‌ترین پیش‌برنده‌ها و بازدارنده‌های توسعه کارآفرینی سازمانی را می‌توان در سه حیطه ساختاری (استراتژی‌های توسعه سازمان، ساختار سازمانی، تحقیق و توسعه، فناوری اطلاعات و ارتباطات، ارزیابی عملکرد، منابع مالی، و سیستم پاداش)، زمینه‌ای (محیط اجتماعی - اقتصادی و بستر سیاسی - دولتی) و رفتاری (عوامل آموزشی، انگیزشی، ویژگی‌های فردی کارکنان، فرهنگ سازمانی و سبک رهبری) طبقه‌بندی نمود.

شکل شماره ۲، مدل مفهومی تحقیق را نشان می‌دهد. در هر یک از ابعاد سه‌گانه، عوامل اثرگذار بر توسعه کارآفرینی مورد بررسی قرار می‌گیرند. ضمناً تمامی فرضیه‌های مشخص شده در شکل اثر مثبت و معنادار را بیان می‌کنند (H1-H15).



شکل ۲. مدل مفهومی پژوهش

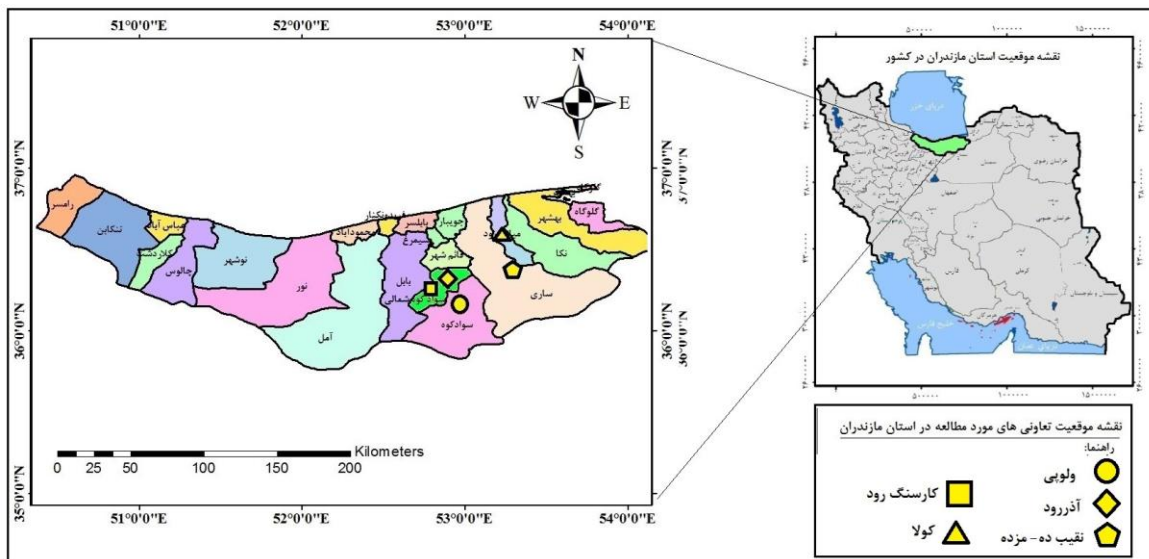
### ۳ روش تحقیق

پژوهش حاضر بر اساس هدف از نوع تحقیقات کاربردی و از حیث گردآوری داده‌ها، توصیفی و از نوع پیمایشی است. از آنجایی که پژوهش با رویکرد سازمانی انجام می‌پذیرد لذا در این پژوهش سهام‌داران تعاونی‌های یادشده

مطرح نبوده و کارکنان شاغل در شرکت مورد مطالعه قرار خواهند گرفت. اولین شرکت تعاونی با عنوان تعاونی‌های کشاورزی، احیاء، بهره‌برداری و توسعه جنگل، در سال ۱۳۶۵ در شهرستان رشت، با نام شرکت تعاونی امامزاده ابراهیم با ۱۶۸۱ عضو و در سطح ۲۶۲۲۲ هکتار جنگل تشکیل گردید (احتشام زاده، ۱۳۷۶). در حال حاضر ۱۶ شرکت تعاونی با این عنوان در شمال کشور با ۴۴۷۴ نفر عضو و در سطحی حدود ۱۴۱۱۹۷ هکتار اراضی جنگلی فعالیت دارند. از این تعداد ۸ تعاونی در حوزه اداره کل منابع طبیعی استان گیلان و ۳ تعاونی در حوزه اداره کل منابع طبیعی استان گلستان و ۵ تعاونی در حوزه اداره کل منابع طبیعی مازندران قرار دارند (دفتر ترویج و مشارکت‌های مردمی، سازمان جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری کشور، ۱۳۹۵: ۸). مشخصات کامل جامعه و حجم نمونه آماری در جدول ۴ مشهود است.

جدول ۴. جامعه و نمونه پژوهش

| ردیف | تعاونی       | جامعه | حجم نمونه |
|------|--------------|-------|-----------|
| ۱    | ولوبی        | ۱۰۱   | ۵۰        |
| ۲    | کولا         | ۸۴    | ۴۲        |
| ۳    | آذررود       | ۱۱۶   | ۵۴        |
| ۴    | کارسنگ رود   | ۷۴    | ۳۲        |
| ۵    | نقیب ده مزده | ۴۷    | ۲۳        |
|      | جمع          | ۴۲۲   | ۲۰۱       |



شکل ۳. موقعیت تعاونی‌های مورد مطالعه در استان مازندران

با توجه به زمینه پژوهش حاضر برای سنجش متغیر وابسته کارآفرینی سازمانی، از مدل ۸ مؤلفه‌ای آنتونیک و هیسریچ (Antonic & Hisrich, 2004: 520) به دلیل جامعیت آن بهره گرفته شد. برای گردآوری متغیرهای مستقل نیز، مدل نظام‌مند سه شاخگی توسعه کارآفرینی که بر ابعاد سه گانه ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای شکل‌گیری و توسعه یک پدیده در سازمان و نحوه ارتباط و تعامل بین این سه بعد تمرکز دارد (مقیم، ۱۳۸۳: ۵۵)، انتخاب شد.

روش جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش بصورت میدانی و مصاحبه حضوری بوده و ابزار مورد استفاده برای جمع‌آوری داده‌ها شامل پرسشنامه‌های ساختارمند است که از سه بخش ویژگی‌های جمعیت شناختی، ۸ متغیر استاندارد پرسشنامه آنتونیک و هیسریچ (Antonic & Hisrich, 2004: 530) و ۱۴ متغیر مستقل برگرفته از مدل سه‌شاخگی توسعه کارآفرینی سازمانی تشکیل شده است. به منظور تعیین روایی و پایایی ابزار پژوهش از نرم‌افزار SmartPls استفاده شد. قابلیت خاص این نرم‌افزار در بررسی همزمان دو مدل بیرونی (مدل اندازه‌گیری) برای واکاوی ارتباط متغیرهای آشکار با متغیرهای پنهان و مدل درونی (مدل ساختاری)، برای سنجش ارتباط متغیرهای پنهان با متغیرهای پنهان دیگر مدنظر پژوهشگران بوده است (Wenwu, 2010: 134). لذا، به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش از تحلیل مسیر با استفاده از نرم‌افزار SmartPls و به منظور ارائه مدل توسعه کارآفرینی سازمانی از مدلسازی با روش شبکه عصبی مصنوعی (پرسپترون چندلایه) با الگوریتم پس انتشار خطا، بهره گرفته شد. شبکه پرسپترون از چند لایه تشکیل شده است. لایه ورودی، خروجی و لایه/ لایه‌های مخفی که خروجی لایه اول، بردار ورودی لایه دوم به حساب می‌آید. به همین ترتیب خروجی لایه دوم، بردار ورودی لایه سوم را تشکیل می‌دهد. خروجی‌های لایه دوم پاسخ واقعی شبکه را نشان می‌دهند (Chelani et al., 2002: 161). نرون‌های موجود در لایه بالادست به نرون‌های موجود در لایه پائین دست ارتباط دارند. نقش هر نرون، محاسبه مجموع وزن لایه ورودی و سپس گذراندن این مجموع از یک تابع به نام تابع انتقال می‌باشد. تابع انتقال می‌تواند یک تابع خطی یا غیرخطی از نوع سیگموئید و تانژانت هاپربولیک می‌باشد (صدرموسوی و رحیمی، ۱۳۸۸: ۶۷). برای محاسبه وزن در این پژوهش از تابع تانژانت هاپربولیک استفاده گردید.

#### ۴) یافته‌های تحقیق

یافته‌های پژوهش حاضر در سه بخش یافته‌های توصیفی، یافته‌های مربوط به اندازه‌گیری مدل و آزمون فرضیه‌ها و یافته‌های مربوط به برازش مدل توسعه کارآفرینی سازمانی می‌باشد که به تفکیک بررسی می‌گردند:

##### یافته‌های توصیفی

یافته‌های توصیفی در مورد سن، جنسیت، تحصیلات و سابقه کاری نمونه‌های آماری مورد مطالعه نشان می‌دهد که میانگین سنی افراد در سازمان مورد مطالعه ۳۶ سال با انحراف معیار متناظر ۶/۸۵ می‌باشد. همچنین ۱۰۱ نفر معادل ۵۰/۲ درصد افراد در گروه سنی ۳۱ تا ۴۰ سال قرار داشتند که نشان می‌دهد نمونه‌های مورد مطالعه بیشتر افراد جوان بوده‌اند. همچنین ۱۷۲ نفر معادل ۸۵/۶ درصد از نمونه‌های مورد مطالعه را کارمندان مرد و ۲۹ نفر معادل ۱۴/۴ درصد از نمونه‌های مورد مطالعه را کارمندان زن تشکیل می‌دادند. اکثر کارمندان دارای سطح تحصیلات لیسانس با فراوانی ۱۰۷ نفر و درصد فراوانی ۵۳/۲ درصد بودند. همچنین میانگین سابقه کاری نمونه‌های مورد مطالعه ۱۴/۵۷ با انحراف معیار ۳/۸ بود و در این زمینه ۱۴۸ نفر معادل ۷۳/۶۴ درصد از کارمندان دارای سابقه کاری ۱۰ تا ۲۰ سال بودند.

##### بررسی اعتبار مدل توسعه کارآفرینی تعاونی‌ها

به منظور ارزیابی اعتبار مدل طبق رویه‌ها لاند، ابتدا اعتبار همگرا (اعتبار همگرا به این اصل بر می‌گردد که شاخص‌های هر سازه با یکدیگر همبستگی میانه‌ای داشته باشند) شامل آزمون‌های پایایی مرکب (پایایی) و میانگین واریانس اقتباس شده (روایی) مورد بررسی قرار گرفت. پایایی مرکب بالاتر از ۰/۷ و میانگین واریانس

اقتباس شده بالاتر از ۰/۵ دو شرط لازم برای اعتبار همگرا و همبستگی یک سازه می‌باشند. جدول ۵ پایایی مرکب و میانگین واریانس اقتباس شده را نشان می‌دهد که حاکی از اعتبار و همگرایی بالای متغیرهای مورد بررسی می‌باشد.

**جدول ۵. واکاوی اعتبار همگرا و پایایی مرکب ابزار سنجش مدل اندازه‌گیری**

| میانگین واریانس | پایایی مرکب | میانگین بار عاملی | سازه                    | میانگین واریانس | پایایی مرکب | میانگین بار عاملی | سازه                      |
|-----------------|-------------|-------------------|-------------------------|-----------------|-------------|-------------------|---------------------------|
| ۰/۶۷۴           | ۰/۸۶۱       | ۰/۸۲۰             | محیط اجتماعی- اقتصادی   | ۰/۶۲۱           | ۰/۸۳۰       | ۰/۷۸۷             | استراتژی                  |
| ۰/۵۰۰           | ۰/۷۷۹       | ۰/۶۷۵             | آموزش کارکنان           | ۰/۶۹۸           | ۰/۸۷۳       | ۰/۸۳۲             | ساختار سازمانی            |
| ۰/۵۹۵           | ۰/۸۱۲       | ۰/۷۶۵             | انگیزش کارکنان          | ۰/۵۷۳           | ۰/۷۹۵       | ۰/۷۴۳             | تحقیق و توسعه             |
| ۰/۵۷۴           | ۰/۸۳۹       | ۰/۷۴۵             | ویژگی‌های مدیران        | ۰/۷۴۱           | ۰/۸۵۰       | ۰/۸۵۷             | فناوری اطلاعات و ارتباطات |
| ۰/۶۰۰           | ۰/۸۱۴       | ۰/۷۶۴             | ویژگی‌های کارکنان       | ۰/۶۳۲           | ۰/۸۲۵       | ۰/۷۶۱             | ارزبایی عملکرد            |
| ۰/۷۳۳           | ۰/۹۱۶       | ۰/۸۵۵             | فرهنگ سازمانی           | ۰/۶۶۶           | ۰/۸۵۶       | ۰/۸۱۴             | منابع مالی                |
| ۰/۵۶۱           | ۰/۷۸۴       | ۰/۷۳۰             | سبک رهبری تعاونی        | ۰/۵۱۲           | ۰/۷۵۷       | ۰/۷۱۳             | سیستم پاداش               |
| ۰/۵۴۳           | ۰/۹۵۸       | ۰/۶۹۴             | توسعه کارآفرینی سازمانی | ۰/۸۲۸           | ۰/۹۰۶       | ۰/۹۱۰             | محیط سیاسی- دولتی         |

منبع: نویسندگان، ۱۳۹۶

برای اطمینان از صحت سنجش متغیرهای پنهان با گویه‌های مربوطه نیز، از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. بارهای عاملی متناظر با هر متغیر در جدول ۶ مشهود است. با توجه به معیار فورنل و لاکر، بارهای عاملی بزرگتر از ۰/۴ از اعتبار لازم برخوردارند. لذا با توجه به اینکه تمامی گویه‌ها دارای بارهای عاملی بزرگتر از ۰/۴ هستند، لذا می‌توان نتیجه گرفت که همبستگی بالای بین متغیر پنهان و گویه‌های متناظر نشان از اعتبار قابل قبول سنجها داشت.

**جدول ۶. یافته‌های تحلیل عاملی تأییدی**

| منغیر          | گویه | بار عاملی | منغیر            | گویه | بار عاملی | منغیر                   | گویه | بار عاملی |
|----------------|------|-----------|------------------|------|-----------|-------------------------|------|-----------|
| استراتژی       | St1  | ۰/۷۴۴     | آموزش کارکنان    | A1   | ۰/۴۱۷     | توسعه کارآفرینی سازمانی | I1   | ۰/۶۶۹     |
|                | St2  | ۰/۸۱۹     |                  | A2   | ۰/۷۳۰     |                         | I2   | ۰/۹۱۵     |
|                | St3  | ۰/۸۰۰     |                  | A3   | ۰/۸۷۴     |                         | Kha1 | ۰/۴۹۵     |
|                |      |           |                  | A4   | ۰/۶۸۰     |                         | Kha2 | ۰/۵۶۹     |
| ساختار سازمانی | Si1  | ۰/۷۳۴     | انگیزش کارکنان   | An1  | ۰/۶۹۴     |                         | Kha3 | ۰/۹۱۵     |
|                | Si2  | ۰/۹۲۴     |                  | An2  | ۰/۸۹۳     |                         | Ka1  | ۰/۵۵۵     |
|                | Si3  | ۰/۸۳۹     |                  | An3  | ۰/۷۰۵     |                         | Ka2  | ۰/۶۱۰     |
| تحقیق و توسعه  | T1   | ۰/۷۹۶     | ویژگی‌های مدیران | Vm1  | ۰/۵۵۰     |                         | Nm1  | ۰/۸۱۶     |
|                | T2   | ۰/۵۴۱     |                  | Vm2  | ۰/۹۱۲     |                         | Nm2  | ۰/۵۱۵     |

|       |     |  |       |     |                        |       |     |                           |
|-------|-----|--|-------|-----|------------------------|-------|-----|---------------------------|
| ۰/۹۱۵ | No1 |  | ۰/۶۹۷ | Vm3 |                        | ۰/۸۹۲ | T3  |                           |
| ۰/۵۰۳ | No2 |  | ۰/۸۲۲ | Vm4 |                        |       |     |                           |
| ۰/۵۵۹ | Ri1 |  | ۰/۵۸۴ | Vk1 | ویژگی‌های کارکنان      | ۰/۷۷۵ | F1  | فناوری اطلاعات و ارتباطات |
| ۰/۸۳۱ | Ri2 |  | ۰/۸۵۱ | Vk2 |                        | ۰/۹۳۹ | F2  |                           |
| ۰/۹۱۵ | Ri3 |  | ۰/۸۵۷ | Vk3 |                        |       |     |                           |
| ۰/۵۵۰ | Re1 |  | ۰/۸۰۹ | Fa1 | فرهنگ سازمانی          | ۰/۴۳۵ | Ar1 | ارزیابی عملکرد            |
| ۰/۷۴۰ | Re2 |  | ۰/۹۰۳ | Fa2 |                        | ۰/۹۲۲ | Ar2 |                           |
| ۰/۵۱۵ | Re3 |  | ۰/۸۰۹ | Fa3 |                        | ۰/۹۲۶ | Ar3 |                           |
| ۰/۵۵۰ | P1  |  | ۰/۹۰۰ | Fa4 |                        |       |     |                           |
| ۰/۵۶۹ | P2  |  | ۰/۴۹۲ | Sa1 | سبک رهبری تعاونی       | ۰/۸۷۱ | Ma1 | منابع مالی                |
| ۰/۹۱۵ | P3  |  | ۰/۸۳۷ | Sa2 |                        | ۰/۸۳۳ | Ma2 |                           |
|       |     |  | ۰/۸۵۲ | Sa3 |                        | ۰/۷۴۰ | Ma3 |                           |
|       |     |  | ۰/۸۴۶ | Me1 | محیط اجتماعی - اقتصادی | ۰/۷۵۳ | S1  | سیستم پاداش               |
|       |     |  | ۰/۸۴۲ | Me2 |                        | ۰/۶۲۸ | S2  |                           |
|       |     |  | ۰/۷۷۳ | Me3 |                        | ۰/۷۵۹ | S3  |                           |
|       |     |  |       |     |                        | ۰/۹۰۴ | Ms1 | محیط سیاسی - دولتی        |
|       |     |  |       |     |                        | ۰/۹۱۶ | Ms2 |                           |

منبع: نویسندگان، ۱۳۹۶

### مدل معادلات ساختاری توسعه کارآفرینی سازمانی

در این پژوهش از مدل‌یابی معادلات ساختاری و روش حداقل مربعات جزئی، برای پی بردن به برازندگی مدل اولیه در کنار آزمون فرضیه‌ها استفاده شده است. برای بررسی کیفیت یا اعتبار کلی مدل از واریانس اعتبار اشتراک، استفاده شد. نتایج مربوط به این آزمون در جدول ۷ آورده شده است. در این جدول SSO مجموع مجذورات مشاهدات برای هر بلوک متغیر پنهان و SSE مجموع مجذورات خطاهای پیش‌بینی برای هر بلوک متغیر پنهان و SSO/SSE نیز شاخص اعتبار اشتراک یا CV-com و در نهایت SSE/SSO -1 واریانس اعتبار اشتراک را نشان می‌دهد. مقادیر مثبت واریانس اعتبار اشتراک، نشانگر کیفیت مناسب و قابل قبول مدل می‌باشد. همان‌طور که در جدول ۷ مشاهده می‌شود، شاخص مذکور مثبت و بزرگتر از صفر می‌باشد. لذا می‌توان نتیجه گرفت که مدل مورد بررسی از کیفیت قابل قبولی برخوردار است.

## جدول ۷. واری اعتبار اشتراک

| متغیر                     | SSO | SSE     | 1- /SSO SSE | متغیر                   | SSO | SSE      | 1- /SSO SSE |
|---------------------------|-----|---------|-------------|-------------------------|-----|----------|-------------|
| استراتژی                  | ۶۰۳ | ۲۲۸/۳۸۲ | ۰/۶۲۱       | محیط اجتماعی- اقتصادی   | ۶۰۳ | ۱۹۶/۱۱۴  | ۰/۶۷۸       |
| ساختار سازمانی            | ۶۰۳ | ۱۸۲/۰۷۰ | ۰/۶۹۸       | آموزش کارکنان           | ۸۰۴ | ۶۴۵/۷۳۱  | ۰/۱۹۶       |
| تحقیق و توسعه             | ۶۰۳ | ۲۵۷/۱۴۹ | ۰/۵۷۳       | انگیزش کارکنان          | ۶۰۳ | ۴۶۳/۷۷۸  | ۰/۲۳۰       |
| فناوری اطلاعات و ارتباطات | ۴۰۲ | ۳۰۱/۶۴۷ | ۰/۲۴۹       | ویژگی‌های مدیران        | ۸۰۴ | ۳۴۲/۴۶۷  | ۰/۵۷۴       |
| ارزیابی عملکرد            | ۶۰۳ | ۳۹۳/۴۳۲ | ۰/۳۴۷       | ویژگی‌های کارکنان       | ۶۰۳ | ۲۴۰/۶۱۶  | ۰/۶۰۰       |
| منابع مالی                | ۶۰۳ | ۲۰۱/۲۸۳ | ۰/۶۶۶       | فرهنگ سازمانی           | ۸۰۴ | ۲۱۴/۱۵۹  | ۰/۷۳۳       |
| سیستم پاداش               | ۶۰۳ | ۲۹۳/۶۶۴ | ۰/۵۱۲       | سبک رهبری تعاونی        | ۶۰۳ | ۲۶۴/۱۳۰  | ۰/۵۶۱       |
| محیط سیاسی- دولتی         | ۴۰۲ | ۶۸/۵۳   | ۰/۸۲۹       | توسعه کارآفرینی سازمانی | ۴۰۲ | ۱۸۳۶/۸۸۵ | ۰/۵۴۳       |

در ادامه به منظور بررسی فرضیه‌های پژوهش از روش بوت استرپ در پی ال اس و آماره t بین عناصر مدل بهره‌گیری شد. به عقیده اکثر محققان، کسب نمره بیشتر از ۱/۹۶ و ۲/۸۵ برای این آماره به منزله تأیید فرضیه در سطوح ۹۵ و ۹۹ درصد می‌باشد. جدول ۸ نتایج مربوط به آزمون بوت‌استرپ و بررسی معناداری فرضیه‌ها را نشان می‌دهد. با توجه به این جدول از ۱۵ فرضیه پژوهش، ۱۳ فرضیه تأیید و ۲ فرضیه رد شدند. به عبارت دیگر از بین متغیرهای مورد بررسی دو متغیر آموزش کارکنان و فرهنگ سازمانی بر توسعه کارآفرینی سازمانی تأثیر معناداری نداشتند.

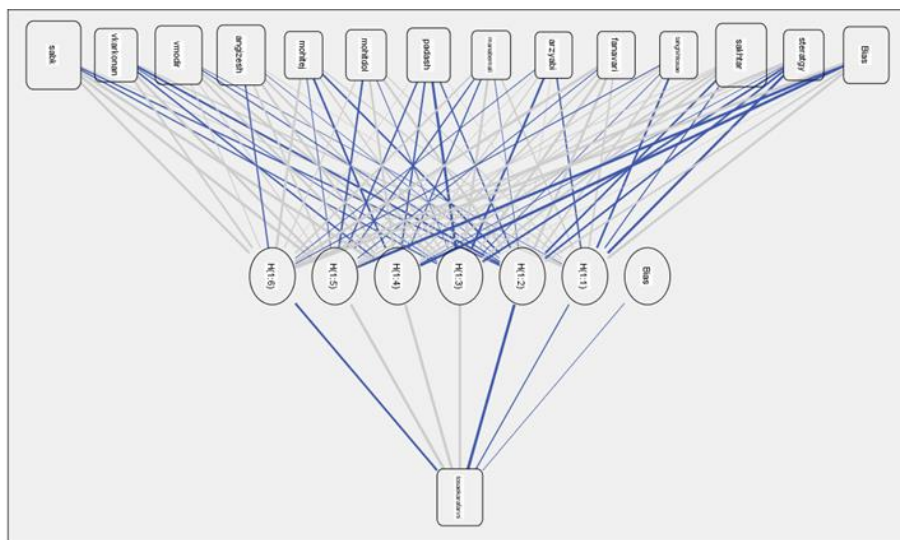
## جدول ۸. بررسی فرضیه‌های پژوهش

| نتیجه | t        | فرضیه   |
|-------|----------|---|
| تأیید | ۱۴/۶۵۸** | استراتژی ← توسعه کارآفرینی سازمانی                  |
| تأیید | ۱۴/۵۱۸** | ساختار سازمانی ← توسعه کارآفرینی سازمانی            |
| تأیید | ۳/۸۵۳**  | تحقیق و توسعه ← توسعه کارآفرینی سازمانی             |
| تأیید | ۲/۳۶۳*   | فناوری اطلاعات و ارتباطات ← توسعه کارآفرینی سازمانی |
| تأیید | ۷/۹۳۹**  | ارزیابی عملکرد ← توسعه کارآفرینی سازمانی            |
| تأیید | ۲/۸۳۷*   | منابع مالی ← توسعه کارآفرینی سازمانی                |
| تأیید | ۱۰/۱۷۶** | سیستم پاداش ← توسعه کارآفرینی سازمانی               |
| تأیید | ۱۲/۳۶۳** | محیط سیاسی- دولتی ← توسعه کارآفرینی سازمانی         |
| تأیید | ۸/۹۲۰**  | محیط اجتماعی-اقتصادی ← توسعه کارآفرینی سازمانی      |
| رد    | ۰/۹۳۱    | آموزش کارکنان ← توسعه کارآفرینی سازمانی             |
| تأیید | ۱۴/۸۶۹** | انگیزش کارکنان ← توسعه کارآفرینی سازمانی            |
| تأیید | ۵/۶۱۴**  | ویژگی‌های مدیران ← توسعه کارآفرینی سازمانی          |
| تأیید | ۱۶/۱۴۸** | ویژگی‌های کارکنان ← توسعه کارآفرینی سازمانی         |
| رد    | ۱/۶۵۸    | فرهنگ سازمانی ← توسعه کارآفرینی سازمانی             |
| تأیید | ۲/۲۹۱*   | سبک رهبری تعاونی ← توسعه کارآفرینی سازمانی          |

منبع: نویسندگان، ۱۳۹۶؛ \*معناداری در سطح ۵ درصد، \*\* معناداری در سطح ۱ درصد

### یافته‌های مربوط به مدل توسعه کارآفرینی سازمانی

به منظور پیش‌بینی سهم متغیرهای مستقل در تبیین متغیر وابسته (توسعه کارآفرینی سازمانی) از شبکه عصبی پرسپترون چندلایه استفاده شده است. هدف از این تحلیل، ارزیابی توان متغیرهای مستقل در تبیین واریانس متغیر وابسته می‌باشد. خلاصه فرآیند انجام شده نشان از آن دارد که ۱۴۹ نمونه در گروه آموزشی و ۵۲ نمونه در گروه ارزیابی قرار گرفتند. شبکه چندلایه شامل ۱۳ نرون در لایه ورودی ۶ نرون در لایه میانی و یک نرون در لایه خروجی می‌باشد. تابع انتقال لایه ورودی به میانی، تانژانت هایپربولیک است. بر مبنای فرضیات شبکه عصبی پرسپترون چند لایه، برای محاسبه ضرایب وزنی الگوی مدنظر محقق (الگوی ورودی) موسوم به خروجی واقعی و الگوی مطلوب (خروجی مطلوب)، تغییر ضرایب وزنی شبکه طی چند مرحله رخ می‌دهد، به طوری که با تکامل مراحل، خروجی به سمت دستیابی به اوزان صحیح‌تر پیش می‌رود. قاعده فراگیری میزان کردن، ضرایب وزنی شبکه را بیان می‌کند (صدرموسوی و رحیمی، ۱۳۸۸: ۶۶).



شکل ۴. ساختار شبکه عصبی مصنوعی پرسپترون چندلایه (منبع: نویسندگان، ۱۳۹۶)

طی مرحله موسوم به آموزش، میزان مجموع مجذور خطاها ۰/۹۶ و با انجام ارزیابی و امتحان مدل میزان این خطا به مقدار ۰/۴۵۲ تقلیل یافت. این موضوع نشان از بهبود عملکرد و آموزش صحیح داده‌های مورد استفاده در مدل است. با توجه به جدول شماره ۹ می‌توان میزان اهمیت هر یک از متغیرهای پیشین را در تخمین و برآورد مدل تشخیص داد. همانطور که مشاهده می‌شود، متغیر سبک رهبری تعاونی با وزن ۰/۲۱۹ بیشترین اهمیت را داراست. سبک رهبری تعاونی با ترویج و تسهیل شبکه‌سازی و همکاری، توانمندسازی اعضا و فراهم کردن دسترسی به منابع و تأکید بر پایداری بلندمدت، منجر به توسعه کارآفرینی سازمانی، پایداری بیشتر اقتصادی، توسعه جامعه روستایی و پیشرفت اقتصاد روستایی می‌شود. متغیرهای ساختار سازمانی و انگیزش کارکنان در اهمیت‌های بعدی قرار دارند. ساختار سازمانی تعاونی‌های کشاورزی با ایجاد ساختار رسمی و بروکراتیک در شرکت تعاونی، تقسیم کار مطلوب و توجه به بازاریابی و مسائل مربوط به بازار در تعاونی‌های کشاورزی، منجر به رشد و پایداری کسب و کارهای اعضا و در کل تعاونی می‌شود. انگیزش کارکنان نیز از طریق افزایش حفظ و نگهداری و تقویت وفاداری کارکنان از طریق توجه به وضعیت رفاهی، تأمین حقوق و پاداش مناسب برای آن‌ها و ترویج یک محیط کاری مثبت، نقش مهمی در پیشبرد توسعه اقتصادی روستا دارد. متغیرهای ویژگی‌های مدیران،



سیستم پاداش و ویژگی‌های کارکنان نیز در اهمیت‌های بعدی قرار دارند. ویژگی‌های مدیران و کارکنان در واقع یکی از مهم‌ترین عوامل رفتاری در توسعه کارآفرینی سازمانی است. ویژگی‌های مدیران از جمله مسئولیت‌پذیری، خوداتکایی از طریق بهبود تخصص فنی و کشاورزی و جنگلداری، شایسته‌سالاری و توانایی ریسک‌پذیری در پیشبرد توسعه کارآفرینی سازمانی حیاتی هستند. ویژگی‌های آن‌ها مدیریت مؤثر، ارتقای کار گروهی و تسهیل رشد تعاونی را ممکن می‌سازد و در نهایت به نفع جامعه روستایی و رفاه اقتصادی آن است. از سوی دیگر، کارکنان از طریق ویژگی‌هایی همچون ارائه ایده‌های نو در سازمان، مسئولیت‌پذیری و روحیه تعاون احتمال بیشتری دارد که فرصت‌های سرمایه‌گذاری سودآور را شناسایی نموده و به رشد و پایداری اقتصادی و موفقیت تعاونی کمک کنند. ویژگی‌های مدیران و کارکنان از عوامل رفتاری حیاتی در توسعه کارآفرینی سازمانی است. حضور افراد کارآفرین، چه در سطوح مدیریتی و چه در سطوح کارکنان، نقش حیاتی در هدایت تعاونی‌های کشاورزی، احیا، بهره‌برداری و توسعه جنگل‌ها به سمت رشد پایدار و فراگیر دارد که در نهایت به نفع اقتصاد روستایی است. در سیستم‌های پاداش، با اعطای پاداش (تقسیم سود، بهبود دسترسی به منابع و غیره) اعتماد و تعهد کشاورزان به تعاونی تقویت شده و بدین وسیله به مشارکت در فعالیت‌های تعاونی ترغیب می‌شوند. تعاونی‌ها با اعطای پاداش به افراد برتر (از نظر بهره‌وری، کیفیت، نوآوری)، اعضا را تشویق می‌کنند تا به طور مستمر شیوه‌ها و عملیات کشاورزی خود را بهبود بخشند و بدین وسیله، به توسعه تعاونی‌های کشاورزی کمک می‌کنند. در بین متغیرهای به کار برده شده در مدل متغیر ارزیابی کمترین اهمیت را به خود اختصاص داده است. جزئیات اهمیت متغیرها در جدول ۹ نشان داده شده است.

جدول ۹. میزان اهمیت متغیرهای پیش‌بین در توسعه کارآفرینی تعاونی‌های مورد مطالعه

| متغیر                     | اهمیت | اهمیت نرمال شده (درصد) | متغیر                | اهمیت | اهمیت نرمال شده (درصد) |
|---------------------------|-------|------------------------|----------------------|-------|------------------------|
| استراتژی                  | ۰/۰۴۸ | ۲۱/۹                   | محیط سیاسی-دولتی     | ۰/۰۴۹ | ۲۲/۵                   |
| ساختار سازمانی            | ۰/۱۷۲ | ۷۸/۷                   | محیط اجتماعی-اقتصادی | ۰/۰۱۷ | ۷/۷                    |
| تحقیق و توسعه             | ۰/۰۱۵ | ۷                      | انگیزش کارکنان       | ۰/۱۴  | ۶۴                     |
| فناوری اطلاعات و ارتباطات | ۰/۰۱۶ | ۷/۵                    | ویژگی‌های مدیران     | ۰/۱۲۶ | ۵۷/۶                   |
| ارزیابی عملکرد            | ۰/۰۰۹ | ۴/۱                    | ویژگی‌های کارکنان    | ۰/۰۷۵ | ۳۴/۵                   |
| منابع مالی                | ۰/۰۳۱ | ۱۴                     | سبک رهبری تعاونی     | ۰/۲۱۹ | ۱۰۰                    |
| سیستم پاداش               | ۰/۰۸۲ | ۳۷/۵                   |                      |       |                        |

منبع: نویسندگان، ۱۳۹۶

جدول ۱۰ نشان‌دهنده میزان توانایی شبکه عصبی مصنوعی در تبیین تغییرات واریانس متغیر وابسته است. طبق این جدول متغیرهای مستقل وارد شده در مدل توانایی تبیین ۷۲/۵ درصد از واریانس متغیر وابسته (توسعه کارآفرینی سازمانی) را دارد. این موضوع نشان از کفایت متغیرهای پیش‌بین و توانایی مدل توسعه کارآفرینی سازمانی دارد.

جدول ۱۰. توانایی مدل شبکه عصبی پرسپترون چندلایه در پیش بینی توسعه کارآفرینی روستایی

| ضریب تعیین (R <sup>2</sup> ) | ضریب همبستگی چندگانه (R) | مدل سه شاخگی توسعه کارآفرینی  |
|------------------------------|--------------------------|---|
| ۰/۷۲۵                        | ۰/۸۵۲                    | استراتژی، ساختار سازمانی، تحقیق و توسعه، فناوری اطلاعات و ارتباطات، ارزیابی عملکرد، منابع مالی، سیستم پاداش، محیط سیاسی- دولتی، محیط اجتماعی-اقتصادی، انگیزش کارکنان، ویژگی‌های مدیران، ویژگی‌های کارکنان، سبک رهبری تعاونی |

منبع: نویسندگان، ۱۳۹۶

## (۵) نتیجه‌گیری

توسعه کارآفرینی سازمانی در مناطق روستایی می‌تواند تأثیری دگرگون کننده بر چشم‌انداز اقتصادی آن‌ها داشته باشد. با ایجاد و بهبود زمینه‌های شغلی در منطقه، افزایش درآمد، تقویت رشد اقتصادی، تولید ثروت، بهره‌برداری صحیح و پایدار از چوب در جنگل، افزایش تولید محصولات فرعی جنگل مانند گردو، زرشک و غیره و کمک به توسعه اجتماعی می‌تواند کیفیت زندگی جوامع روستایی را بهبود بخشد و به توسعه پایدار روستایی کمک کند. در پژوهش حاضر سعی شد تا توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی، احیاء بهره‌برداری و توسعه جنگل استان مازندران مورد بررسی قرار گرفته و مدل مناسب توسعه کارآفرینی سازمانی برای سازمان مذکور ارائه گردد. لذا بعد از طراحی ۱۵ فرضیه و تجزیه و تحلیل پیرامون آن، ۱۳ فرضیه مورد تأیید قرار گرفت و ۲ فرضیه نیز رد شدند. به عبارت بهتر متغیرهای مؤثر در توسعه کارآفرینی سازمانی شامل استراتژی، ساختار سازمانی، تحقیق و توسعه، فناوری اطلاعات و ارتباطات، ارزیابی عملکرد، منابع مالی، سیستم پاداش، محیط سیاسی-دولتی، محیط اجتماعی-اقتصادی، انگیزش کارکنان، ویژگی‌های مدیران، ویژگی‌های کارکنان و سبک رهبری تعاونی، تأثیر مثبت و معناداری بر متغیر توسعه کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی، احیاء بهره‌برداری و توسعه جنگل استان مازندران داشتند.

از طرفی دو متغیر فرهنگ سازمانی و آموزش کارکنان، تأثیر معناداری بر متغیر وابسته نداشتند. در این زمینه مطالعات کریمی و همکاران (۱۳۹۲)، رضایی و حسینی (۱۳۹۲)، دهقان و همکاران (۱۳۹۱)، کاووسی و زنجان طلب (۱۳۹۰)، مقیمی (۱۳۸۳)، قره‌خانی (Gharakhani, 2012)، زهرا (Zahra, 1993)، لامپکین و دس (Lumpkin & Dess, 1997)، کرنی و همکاران (Kearney et al., 2008) و ولکات و لپیپز (Wolcott & Lippitz, 2007) هم‌راستا با فرضیه‌های تأیید شده پژوهش حاضر و مطالعات کریمی و همکاران (۱۳۹۲)، رضایی و حسینی (۱۳۹۲)، دهقان و همکاران (۱۳۹۱)، کاووسی و زنجان طلب (۱۳۹۰)، مقیمی (۱۳۸۳) و قره‌خانی (Gharakhani, 2012) با فرضیه‌های تأیید نشده پژوهش سازگار نبود. حذف متغیر آموزش کارکنان از بین ۱۵ متغیر مستقل دلالت بر آن داشت، که از دید پاسخگویان آموزش کارآفرینی نقشی در توسعه فعالیت تعاونی نخواهد داشت. فرهنگ سازمانی نیز نتوانست در مجموعه فرضیه‌های مورد تأیید قرار گیرد می‌توان دلیل این موضوع را شرایط خاص حاکم به لحاظ مشارکت، سازگاری و انطباق پذیری بر تعاونی‌های مورد مطالعه دانست.

در ادامه و بعد از آزمون فرضیه‌ها، مدل نهایی توسعه کارآفرینی با ۱۳ متغیر مستقل ارائه گردید که در مدل مذکور متغیر سبک رهبری تعاونی با امتیاز ۰/۲۱۹ حائز بالاترین اهمیت و متغیر ارزیابی عملکرد با امتیاز ۰/۰۰۹ حائز پایین‌ترین اهمیت در مدل پیش‌بینی شده، قرار گرفتند. از نتایج حاصل می‌توان چنین استنباط کرد که سبک رهبری تعاونی در به وجود آمدن سازمانی پویا و منظم تأثیر دارد. همچنین سبک رهبری سازمان در میزان

انعطاف در وظایف و آزادی عمل وظایف، ساختار مسطح به جای تعدد سطوح مدیریت و تفویض اختیار به جای تمرکز در تصمیم‌گیری‌ها مؤثر است. در کل سبک رهبری تعاونی است که می‌تواند محیطی مساعد در جهت توسعه کارآفرینی در سازمان را شکل دهد. از طرفی، ضریب کم اهمیت ارزیابی عملکرد نشان از آن داشت که این متغیر با وجود تأثیرگذاری بر توسعه کارآفرینی سازمان در دستیابی به توسعه کارآفرینی سازمانی کمترین اهمیت را دارد. ارزیابی عملکرد به کارکنان خاطر نشان می‌سازد که مدیران از آن‌ها در محیط کاری چه انتظاراتی دارند؛ که موجب ارتقای مسئولیت‌پذیری در بین اعضای تعاونی شده؛ ضمن اینکه مدیران نیز از وضعیت عملکرد آن‌ها مطلع می‌شوند. همچنین متغیرهای ۱۳ گانه مورد بررسی در پژوهش، در مجموع ۷۲/۵ درصد از تغییرات متغیر توسعه کارآفرینی سازمانی را پیش‌بینی نمودند. در این میان، متغیرهای ویژگی‌های مدیران، ویژگی‌های کارکنان، سبک رهبری تعاونی، ساختار سازمانی و سیستم پاداش حائز بیشترین اهمیت در مدل شدند و درصد بیشتری از متغیر توسعه کارآفرینی سازمانی را تبیین نمودند.

لذا می‌توان نتیجه گرفت که به منظور توسعه کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی، احیاء، بهره‌برداری و توسعه جنگل استان مازندران بیشتر باید به عوامل ساختاری و رفتاری توجه نمود و توسعه کارآفرینی را از این زوایا بررسی نمود.

با توجه به نتایج پژوهش، پیشنهادهایی به شرح زیر ارائه می‌گردد:

- پیشنهاد می‌گردد که مدیران تعاونی‌های کشاورزی، احیاء، بهره‌برداری و توسعه جنگل استان مازندران، در مورد سبک‌های رهبری از مراجع و منابع مختلف اطلاعات کافی کسب نموده و بهترین سبک که با مقوله کارآفرینی سازمانی سازگاری دارد را برای هدایت سازمان برگزینند؛
- ویژگی‌های مدیران و کارکنان با توجه به نتایج از مهم‌ترین عوامل رفتاری در توسعه کارآفرینی در سازمان مورد مطالعه شناسایی گردید. لذا با توجه به این نتیجه، در مقوله توسعه کارآفرینی سطح فردی در سازمان مورد مطالعه اهمیت دارد و باید به آن پرداخت و آنرا تقویت نمود. بنابراین پیشنهاد می‌گردد که مدیران بالادستی سازمان بستر لازم برای تقویت ویژگی‌های کارکنان و مدیران واحدها، به‌ویژه ویژگی‌های کارآفرینی را فراهم نمایند و در این راه می‌توانند از سازوکار آموزش بهره‌گیری نمایند؛ و
- ساختار سازمانی و سیستم پاداش به‌عنوان عوامل ساختاری توسعه کارآفرینی حائز اهمیت بالایی گردیدند. در این زمینه پیشنهاد می‌گردد که مدیران سازمان‌های مورد مطالعه انعطاف لازم در ساختار سازمانی قائل گردیده و از این طریق برای ایده‌ها و خلاقیت‌ها و نوآوری‌های حوزه کارآفرینی کارکنان در سازمان ارزش قائل شوند و جهت توسعه هر چه بیشتر کارآفرینی سازمانی، ساختاری منعطف و کارآفرین ایجاد نمایند. همچنین سیستم پاداش مناسب با توجه به ارائه ایده‌ها و خلاقیت‌ها و نوآوری‌های حوزه کارآفرینی توسط کارکنان، ایجاد نمایند تا به توسعه کارآفرینی از این طریق جامعه عمل بیوشانند.

## ۶ منابع

- احتشام‌زاده، محمد، (۱۳۷۶)، نگرشی بر وضعیت تعاونی‌های کشاورزی و بهره‌برداری احیای جنگل، تهران: انتشارات سازمان جنگل‌ها و مراتع کشور.
- احمدپور داریانی، محمود و مهرنوش مطلبی، (۱۳۹۰)، ارائه مدل یادگیری مادام‌العمر کارآفرینی با رویکرد تلفیقی (ارائه شده توسط کنسرسیوم آموزش کارآفرینی)، کار و جامعه، پیاپی ۱۳۴، صص ۲۱-۳۷.
- امینی، محسن، حمیدی‌فر، فاطمه، ترابی، تقی و مسعود قدسی، (۱۴۰۲)، طراحی مدل کارآفرینی پایدار مبتنی بر ارزش‌آفرینی براساس رویکرد در صنعت غذایی کشور براساس نظریه داده‌بنیاد، دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، سال ۱۲، شماره ۲، صص ۳۷۵-۳۹۰.

- الوانی، سید مهدی، صفری، سعید، کهن هوش نژاد، رضا و سعید خدامرادی، (۱۳۹۵)، عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه صنایع غذایی)، مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، سال ۲۵، شماره ۸۲، صص ۱-۲۷.
- بغدادی، مصطفی، محمدی، مهدی، الیاسی، مهدی و رضا رادفر، (۱۴۰۰)، شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه مدل کسب و کار استارت‌آپ‌ها همگام با مراحل بلوغ یک استارت‌آپ، فصلنامه مدیریت توسعه فناوری، سال ۹، شماره ۴، صص ۱۱-۴۳.
- بیگی‌نیا، عبدالرضا، صفری، سعید و محمد محمدی، (۱۳۸۹)، بررسی تأثیر نوع نیاز بر تمایل کارکنان به کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: ستاد مرکزی شرکت ملی نفت ایران)، مدیریت و منابع انسانی در صنعت نفت، سال ۴، شماره ۱۳، صص ۹-۴۱.
- تسلیمی، محمد سعید، منوریان، عباس و مصطفی آشنا، (۱۳۸۵)، بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی درون سازمانی، فرهنگ مدیریت، سال ۴، شماره ۱۴، صص ۲۷-۵۶.
- جولایی، سمیرا، زینتی فخرآباد، حسین و زهرا ملک جعفریان، (۱۴۰۱)، تبیین سازه‌های مؤثر و چالش‌های توسعه کارآفرینی روستایی (مطالعه موردی: روستای ظفرآباد، دهستان نورآباد، استان لرستان)، مطالعات توسعه پایدار شهری و منطقه‌ای، سال ۳، شماره ۲، صص ۵۴-۶۷.
- حاجی‌هاشمی، زهرا، موحدی، رضا و حشمت‌اله سعدی، (۱۳۹۴)، نقش تعاونی‌های کشاورزی در توسعه و ترویج کارآفرینی، مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، سال ۲، شماره ۴، صص ۱-۱۶.
- حیدرقلی‌زاده، محمدرضا، (۱۳۹۰)، تعاون و تعاون‌گرایی با مروری بر تجارب ایران و جهان، تهران: انتشارات نگارش شرق.
- خسروی، احسان، غلامرضایی، سعید، رحیمیان، مهدی و مرتضی اکبری، (۱۳۹۶)، ساختار سازمانی ارگانیک و کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی، مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، سال ۴، شماره ۲، صص ۱-۱۲.
- دفتر ترویج و مشارکت‌های مردمی، سازمان جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری کشور (۱۳۹۵)، آمار و ارقام، انتشارات سازمان جنگل‌ها و مراتع و آبخیزداری کشور.
- دهقان، رضا، طالبی، کامبیز و ابوالقاسم عربیون، (۱۳۹۱)، توسعه کارآفرینی در نظام اداری (بررسی وضعیت در بخش دولتی)، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش‌بنیان، دانشگاه مازندران، آبان ۱۳۹۱.
- دیپهیم، رضا و یونس وکیل‌الرعایا، (۱۴۰۲)، بررسی نقش استراتژیک وجوه هفت‌گانه عدالت سازمانی در ارتقای مهارت‌های کارآفرینی نیروی انسانی، مجله دانشگاه علوم پزشکی سبزوار، سال ۳۰، شماره ۱، صص ۱-۱۲.
- ذوالفقاری، اکبر و طاها عشایری، (۱۴۰۱)، مطالعه نقش سرمایه اجتماعی در کارآفرینی سازمانی: فراتحلیل پژوهش‌های بازه زمانی ۱۳۸۴ - ۱۴۰۱، مدیریت سرمایه اجتماعی، سال ۱۰، شماره ۱، صص ۶۳-۷۶.
- رضایی، روح‌اله و سید محمود حسینی، (۱۳۹۲)، طراحی مدل معادلات ساختاری توسعه کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های توسعه روستایی استان زنجان، توسعه کارآفرینی، سال ۶، شماره ۴، صص ۵۷-۷۴.
- رضائی، روح‌اله، قلی‌فر، احسان، صفا، لیلا و مریم کاظمی، (۱۳۹۰)، شناسایی موانع توسعه کارآفرینی شرکتی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی استان زنجان، توسعه کارآفرینی، سال ۴، شماره ۱۴، صص ۲۷-۴۶.
- رضوی، سید مصطفی، احمدپور داریانی، محمود و سلطانه‌علی شهریاری، (۱۳۹۳)، طراحی مدل مفهومی کارآفرینی استراتژیک بر مبنای رویکرد پیکره‌بندی، توسعه کارآفرینی، سال ۷، شماره ۱، صص ۳۷-۵۵.
- زارعی‌پهنه‌کلایی، سیدحسین، احمدپور، امیر و مهدی چرمچیان لنگرودی، (۱۳۹۲)، عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی روستایی زنان استان مازندران، تعاون و کشاورزی، سال ۲، شماره ۷، صص ۷۹-۱۰۰.
- طهماسبی‌زاده، سیروس و حقیقی‌نسب، منیژه و افسانه زمانی‌مقدم، (۱۴۰۱)، شناسایی و وزن‌دهی ابعاد و مؤلفه‌های اصلی کارآفرینی سازمانی در صنعت حفاری نفت و گاز، پژوهش‌های سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی انرژی، سال ۸، شماره ۱، صص ۱-۳۰.
- صدرموسوی، میرستار و اکبر رحیمی، (۱۳۸۸)، مقایسه نتایج شبکه‌های عصبی پرسپترون چندلایه با رگرسیون چندگانه در پیش‌بینی غلظت ازن در شهر تبریز، پژوهش‌های جغرافیای طبیعی، پیاپی ۷۱، صص ۷۲-۶۵.
- ضیاءآبادی، مریم، قنبری، سلیمه، و بهاره ناصری، (۱۴۰۱)، کاربرد روش تحلیل سلسله مراتبی فازی برای رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر کارآفرینی کشاورزی، سال ۵، شماره ۱، صص ۲۱۱-۲۲۹.
- عباسی، حمیدرضا، حسینی‌نیا، غلامحسین و علی داوری، (۱۴۰۲)، شناسایی و واکاوی مکانیزم‌های توسعه رفتار کارآفرینانه در سازمان‌های دولتی (مورد مطالعه: وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی)، توسعه کارآفرینی، سال ۱۶، شماره ۱، صص ۱۵-۳۰.
- غلامرضا پور، محمد، کاظمی، سید پوریا، امیرنیا، نرجس و روح‌اله عرب، (۱۴۰۰)، بررسی تجربی نظریه‌های نمایندگی و دینفعان در تبیین رابطه بین عملکرد کارکنان و نگهداشت وجه نقد شرکت، دانش حسابداری مالی، سال ۸، شماره ۴، صص ۱۶۹-۱۸۷.
- غیورباغبانی، سید مرتضی، پوررنگ، علی و علی توسلی، (۱۳۹۹)، شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: آموزش و پرورش خراسان رضوی)، تعلیم و تربیت، سال ۳۶، شماره ۳، صص ۵۲-۲۹.

- قربانی پیرعلیدهی، فاطمه، سیفی، محبوبه و پریسا نوری درزیکلائی، (۱۴۰۱)، شناسایی و تبیین عوامل مؤثر در ایجاد شرکت‌های تعاونی کشاورزی دانش‌بنیان استان مازندران، پژوهش‌های کارآفرینی، سال ۱، شماره ۲، صص ۲۹-۴۲.
- کاووسی، اسماعیل و فرهاد زجان طلب، (۱۳۹۰)، طراحی و ارائه الگوی بومی جهت ارتقاء کارآفرینی سازمانی در دانشگاه، راهبرد، سال ۲، شماره ۵۵، صص ۲۱۷-۲۴۱.
- کورکی‌نژاد، ژاله، (۱۴۰۱)، بررسی عوامل مؤثر بر توسعه پایدار تعاونی‌های کشاورزی (مورد مطالعه: شهرستان سیرجان)، فصلنامه تعاون و کشاورزی، سال ۱۱، شماره ۴۳، صص ۱۳۵-۱۶۴.
- کریمی، آصف، ملک محمدی، ایرج، رضوانفر، احمد و محمود احمدپورداریانی، (۱۳۹۲)، طراحی مدل کارآفرینی سازمانی ترویج کشاورزی در زمینه توسعه پایدار کشاورزی، تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، سال ۴۴، شماره ۱، صص ۷۷-۹۳.
- لطفی جلال‌آبادی، مصطفی، غلامی، محمود، صادقی، امیر و علی فرهادی، (۱۳۹۴)، الگوی موانع کارآفرینی سازمانی در یک مرکز صنعتی دفاعی با استفاده از مدل سه‌شاخگی، مطالعات منابع انسانی، سال ۵، شماره ۱۷، صص ۲۲-۱.
- مبینی دهکردی، علی و مهران کشتکار هرانکی، (۱۳۹۳)، بررسی تأثیر مدل سه شاخگی بر نوآوری اجتماعی (مطالعه موردی یک شرکت وابسته به صنایع خودروسازی)، مدیریت نوآوری، سال ۳، شماره ۴، صص ۵۷-۷۵.
- مدرسی عالم، زهره و آزاده داوودی، (۱۳۹۳)، شاخص‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی و ارزیابی آن در ایران طی سال‌های (۱۳۹۱-۱۳۸۷)، سیاست‌های مالی و اقتصادی، سال ۲، شماره ۸، صص ۱۲۵-۱۴۶.
- مقیم، سیدمحمد، (۱۳۸۳)، کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- مقیم، سیدمحمد، (۱۳۸۴)، کارآفرینی در سازمان‌های دولتی، تهران: انتشارات فراندیش.
- نظری، حامد، رستمی، فرحناز، شیری، نعمت‌اله و مزگان خوش‌مرام، (۱۴۰۱)، نقش مؤلفه‌های مدیریت کارآفرینانه در توسعه کارآفرینی سازمانی: مورد مطالعه تعاونی‌های کشاورزی شهرستان کرمانشاه، فصلنامه تعاون و کشاورزی، سال ۱۱، شماره ۴۴، صص ۱-۱۶.
- نیازی، کیهان و احمدرضا عمانی، (۱۳۹۹)، شناسایی عامل‌های مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی شهرستان دره‌شهر، استان ایلام، راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، سال ۷، شماره ۱۳، صص ۸۷-۹۶.
- واحدی، مرجان، ملکی، معصومه و محمد باقر آرایش، (۱۳۹۸)، عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی استان ایلام، فصلنامه تعاون و کشاورزی، سال ۸، شماره ۳۲، صص ۵۰-۷۰.
- یعقوبی، جعفر و پریسا نجفلو، (۱۳۹۶)، شناسایی راهکارهای توسعه کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی (مورد مطالعه: شهرستان ابهر)، مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، سال ۴، شماره ۱، صص ۷۵-۹۳.
- Antonic, B. and Hisrich, R.D., 2004, **Corporate entrepreneurship contingencies and organizational wealth creation**, Journal of Management Development, Vol. 23, No. 6, PP. 518-550.
- Cai, L., Peng, X. and Wang, L., 2018, **The characteristics and influencing factors of entrepreneurial behaviour: The case of new state-owned firms in the new energy automobile industry in an emerging economy**, Technological Forecasting and Social Change, 135, PP. 112-120.
- Chegini, M.G. and Zamani, A., 2014, **The relationship between Social Capital and Inter-organizational Entrepreneurship**, Entrepreneurship and Innovation Management Journal, Vol. 2, No. 1, PP. 65-75.
- Chelani, A.B., Chalapati R.C.V., Phadke, K.M. and Hasan, M.Z., 2002, **Prediction of sulphur dioxide concentration using artificial neural networks**, Environmental Modelling & Software, Vol. 17, No. 2, PP. 159-166.
- Duncan, W.J., Ginter, P.M., Rucks, A.C. and Jacobs, T.D., 1988, **Entrepreneurship and reinvention of the corporation**, Business Horizons, Vol. 31, No. 3, PP. 16-21.
- Gartner, W.B., 1985, **A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation**, Academy of Management Review, Vol. 10, No. 4, PP. 696-706.
- Gharakhani, D., 2012, **Identifying and prioritization effective factors on organizational entrepreneurship using AHP approach**, Journal of Basic and Applied Scientific Research, Vol. 2, No. 4, PP. 4320-4327.
- Guth, W. D. and Ginsberg, A., 1990, **Guest editors' introduction: Corporate entrepreneurship**, Strategic Management Journal, Vol. 11, PP. 5-15.
- Guzmán, C., Santos, F. J. and Barroso, M. de la O, 2019, **Analysing the links between cooperative principles, entrepreneurial orientation and performance**, Small Business Economics.
- Hornsby, J.S., Naffziger, D.W., Kuratko, D.F. and Montagno, R.V., 1993, **An interactive model of the corporate entrepreneurship process**, Entrepreneurship Theory and Practice, Vol. 17, No. 2, PP. 29-37.
- Hough, J. and Scheepers, R., 2008, **Creating corporate entrepreneurship through strategic leadership**, Journal of Global Strategic Management, Vol. 3, No. 1, PP. 17- 25.
- Johnson, S. and Van de Ven, A.H., 2002, **A framework for entrepreneurial strategy**, In M.A. Hitt, R.D. Ireland, S.M. Camp, and D.L. Sexton (Eds.), Strategic entrepreneurship: Creating a new mindset. Oxford UK Blackwell Publishers, PP. 66-85.
- Kara, M., Cendek, S. Y. and Orki, A., 2020, **Applications and suggestions for increasing the foreign trade performances of agricultural cooperatives: The case of Thrace**, Journal of International Scientific Publications, Vol. 14, PP. 35-45.

- Kearnev, C., Hisrich, R. and Roche, F. 2008, **A conceptual model of public sector corporate entrepreneurship**, International Entrepreneurship and Management Journal, Vol. 4, No. 3, PP. 295-313.
- Kelley, D., Singer, S. and Herrington, M, 2012, **The global entrepreneurship monitor: 2011 global report**, Global Entrepreneurship Research Association (GERA), United States, PP. 1- 39.
- Lumpkin, G.T. and Dess, G.G, 1996, Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance, Academy of Management Review, Vol. 21, No. 1, PP. 135-172.
- Lumpkin, G.T. and Dess, G.G, 1997, **Proactiveness versus competitive aggressiveness: Teasing apart key dimensions of an entrepreneurial orientation**, Wellesley, MA, PP. 47-58.
- Miles, M.P., Munilla, S.M. and Darroch, J, 2009, **Sustainable corporate entrepreneurship**, International Entrepreneurship and Management Journal, Vol. 5, No. 1, PP. 65-76.
- Monfared, M., Khorakian, A., Shirazi, A. and Maharati, Y, 2019, **Identifying of intrapreneurship behaviors: Case of country in transition economy**, Modern Applied Science, Vol. 13, No. 5, PP. 1-12.
- Rajaei, Y., Yaghoubi, J. and Donyaei, H, 2011, Assessing effective factors in development of entrepreneurship in agricultural cooperatives of Zanjan province, Procedia-Social and Behavioral Sciences, 15, PP 1521-1525.
- Morris, M. H., and Kuratko, D.F, 2002, **Corporate entrepreneurship: Entrepreneurial development within organizations**, South-Western Pub.
- Scheepers, M., Hough, J. and Bloom, J, 2008, **Nurturing the corporate entrepreneurship capability**, Journal of Southern African Business Review, Vol. 12, No. 3, PP. 50- 75.
- Schumpeter, J. A, 1961, **The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle**. Transl. by Redvers Opie. Oxford University Press.
- Stoner, J., Freeman, E. and Gilbert, D, 1998, **Management**, Prentice- Hall.
- Wenwu, S, 2010, **Linking Bayesian networks and PLS path modeling for causal analysis**, Export Systems with Applications, Vol. 37, No. 1, PP. 134-139.
- Wolcott, R. C. and Lippitz, M. J, 2007, **The four models of corporate entrepreneurship**, MIT Sloan Management Review. Vol. 49. No. 1. PP. 75.
- Zahra, S. A. 1991. **Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship: An exploratory study**, Journal of Business Venturing, Vol. 6, No. 4, PP. 259-285.
- Zahra, S.A, 1993, **Environment, corporate entrepreneurship, and financial performance: A taxonomy approach**, Journal of Business Venturing, Vol. 8, No. 4, PP. 19-40.
- Zand, A, and Arfaee, M, 2022, **A path analysis of factors influencing the development of entrepreneurship skills and innovation in rural cooperatives of Alborz province**, Agricultural Marketing and Commercialization Journal, Vol. 6, No. 1, PP. 69-82.