

Identifying Factors Affecting on Collective Entrepreneurship Reinforcement in Agricultural Sector

Faizullah Manouri Fard¹, Mehdi Hosseinpour^{2*},
Mehtab Mortezaei³, Atieh Khodayi⁴

Abstract

Introduction: Collective entrepreneurship is a structured and collaborative action to strengthen entrepreneurial behavior, which itself helps to improve the quality of human resources and also helps to remove many obstacles facing entrepreneurial processes. The main goal of this research is to identify the factors affecting collective entrepreneurship in the agricultural sector.

Method: This research is qualitative in terms of its purpose and has been conducted using thematic (content) analysis technique. The method of data collection is using semi-structured data interviews. The statistical population includes 16 faculty members of the entrepreneurship department and agricultural promotion and education department of Razi University, managers and also entrepreneurs of the agricultural sector of Kermanshah city, who were selected using targeted and snowball sampling. The data was analyzed using a three-level coding process (open, central, and selective coding).

Results: The results of the research showed that the research model includes 8 factors influencing the strengthening of collective entrepreneurship in the agricultural sector, which was obtained by using 61 concepts (indices).

Conclusion: These factors include: economic, social, cultural, educational, legal, physiological, socio-cultural and communication factors. In the end, practical suggestions were presented in order to identify the effective factors on strengthening collective entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneurship, Collective entrepreneurship, Influencing factors, Thematic analyses, Agricultural sector.

1. PhD in Agricultural Education, Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture and Natural Resources, Razi University, Kermanshah, Iran.
monavvarifard@ut.ac.ir
2. Assistant Professor, Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Social Sciences, Razi University, Kermanshah, Iran. (Corresponding Author)
m.hosseinpour@razi.ac.ir
3. Master's student in Entrepreneurship, Faculty of Social Sciences, Razi University, Kermanshah, Iran.
m.mortezaei73@gmail.com
4. PhD Student in Entrepreneurship, Faculty of Social Sciences, Razi University, Kermanshah, Iran. atiekhodayi@yahoo.com

شناسایی عوامل مؤثر بر تقویت کارآفرینی جمعی در بخش کشاورزی

فیض‌الله منوری فرد^۱، مهدی حسین پور^{۲*}، مهتاب مرتضایی^۳، عطیه خدایی^۴

چکیده

مقدمه: کارآفرینی جمعی اقدامی ساختاریافته و مشارکتی برای تقویت رفتار کارآفرینانه است که خود به بهبود کیفیت نیروی انسانی کمک می‌کند و همچنین به رفع بسیاری از موانع پیش روی فرایندهای کارآفرینی کمک شایانی می‌کند. هدف اصلی این پژوهش شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی جمعی در بخش کشاورزی است. روش: این پژوهش از نظر هدف از نوع کیفی و با استفاده از تکنیک تحلیل موضوعی (محتوا) صورت گرفته است. روش جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته انجام شده است. جامعه آماری شامل ۱۶ نفر از اعضای هیئت علمی گروه کارآفرینی و گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه رازی، مدیران و همچنین کارآفرینان بخش کشاورزی شهر کرمانشاه که با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند و گلوله برفی انتخاب شدند. داده‌ها با استفاده از فرایند کدگذاری سه سطحی (کدگذاری باز، محوری و انتخابی) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

یافته‌ها: نتایج پژوهش نشان داد مدل پژوهش ۸ عامل اثرگذار بر تقویت کارآفرینی جمعی در بخش کشاورزی را در برمی‌گیرد که با استفاده از ۶۱ مفهوم (شاخص) حاصل شد. نتیجه‌گیری: این عوامل شامل: عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، آموزشی، حقوقی، فیزیولوژیکی، اجتماعی- فرهنگی و ارتباطی است. در پایان در راستای شناسایی عوامل مؤثر بر تقویت کارآفرینی جمعی پیشنهادهای کاربردی ارائه گردید. کلیدواژه: کارآفرینی، کارآفرینی جمعی، عوامل مؤثر، تحلیل موضوعی، بخش کشاورزی.

۱. دکترای آموزش کشاورزی، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

monavarifard@ut.ac.ir

۲. استادیار گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران. (نویسنده مسئول)
m.hosseinpour@razi.ac.ir

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.
m.mortezaei73@gmail.com

۴. دانشجوی دکترای کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

atiekhodaei@yahoo.com

با توجه به تمام تلاش‌هایی که به منظور حداکثرسازی بهره‌وری کشاورزی انجام شده است، آن‌چنان‌که باید این امر با موفقیت همراه نبوده و راه‌حل‌های گذشته نتوانسته‌اند مسائلی مانند فقر، اشتغال و پایداری کشاورزان را مرتفع نمایند و همچنین چالش‌های روزافزون رودرروی کشاورزی مانند قیمت‌های پایین تولیدات کشاورزان، افزایش هزینه‌ها و نوسان بازار محصولات کشاورزی، درآمد کشاورزان را روز به روز کاهش می‌دهد. وجود چنین مشکلاتی باعث شده تا سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان در پی یافتن راهکارهای مناسبی برای بیرون رفتن از این مشکلات و توسعه باشند. در این میان کارآفرینی جایگاهی مهم را در بخش کشاورزی و اقتصادهای مدرن به خود اختصاص داده، چراکه کارآفرینی منبع اصلی حداکثرسازی بهره‌وری در این بخش است. کشاورزان باید به نحوی تولید کنند که بتوانند محصولات خود را در بازار رقابتی که مبتنی بر نیازهای مشتری است به فروش برسانند. کشاورزان باید فرصت‌شناس باشند و نیازهای مشتری را به‌درستی شناسایی کنند و همچنین راهبرد ضروری را در جهت برآورد این خواسته‌ها طراحی و اجرا کنند. به‌عبارت‌دیگر کشاورزان امروز باید کارآفرین باشند، نه صرفاً اجراکننده سیاست‌های دولت (شریف‌زاده، ۱۳۹۰: ۱۸۰).

کارآفرینی به‌عنوان یک نوع خاص از تلاش انسانی، ممکن است به‌صورت فعالیت فردی یا جمعی باشد. کارآفرینی همواره و صرفاً کنشی فردی نیست، درواقع بعضی وقت‌ها کارآفرینی یک کنش و اقدام جمعی است که در قالب کارآفرینی جمعی بر پایه ابعاد جمعی کارآفرینی محقق می‌شود. از این‌رو نیاز است به‌جای محوریت بخشی به فرد یا شخص بر مفهوم کنشگر تکیه شود که ممکن است به صورت فردی، جمعی، گروهی، شبکه‌ای و نهادی نمایان شود (شریف‌زاده، ۱۳۹۰: ۱۸۰). کارآفرینی جمعی به‌عنوان همکاری سازمان یافته، آگاهانه و داوطلبانه برای دستیابی به یک هدف جمعی مشترک تلاش می‌کند (پرزونکو و سیزکو، ۲۰۱۸: ۲۲۱؛ سیزکو و همکاران، ۲۰۲۱). امروزه کارآفرینی جمعی را می‌توان به‌عنوان یکی از مهم‌ترین شیوه‌های بهبود بهره‌وری بخش کشاورزی شناخت. کارآفرینی جمعی خطرپذیری کسب‌وکار و سرمایه‌گذاری را با ارزش‌های اجتماعی درهم‌آمیخته است. کارآفرینی جمعی با هدف بهبود اجتماعی و اقتصادی یک جمع یا اجتماع از راه کسب‌وکاری هماهنگ شده، برای پیشرفت کالا و خدمات در پرتو هنجارها، ارزش‌ها و شبکه‌های اجتماعی به سرانجام می‌رسد. خلاقیت، ارتباطات، تشریک‌مساعی، کار گروهی و پویایی گروه طی فرایند کارآفرینی از شناسایی تا بهره‌گیری از فرصت‌ها و پیشرفت ایده‌ها از

1. Siczko et al

2. Parzonko & Siczko

عناصر کارآفرینی جمعی به حساب می‌آیند (وان و همکاران، ۲۰۱۴: ۵۰۰). کارآفرینی جمعی به لحاظ گونه‌شناسی چارچوب ساختاری کارکردی در قالب کارآفرینی خوشه‌ای، شبکه اجتماعی، خانوادگی و مانند آن اجرایی می‌شود (یان و همکاران، ۲۰۱۷: ۲۶). در واقع حرکت از کارآفرینی فردی به سمت کارآفرینی جمعی نشان‌دهنده یک روند تاریخی و عکس‌العمل به مشکلات سرمایه‌ای و توان‌کنشگری فردی و نیز کوشش عقلایی به سمت بسیج و تسهیل منابع در جهت رسیدن به هم‌افزایی در فرایند کارآفرینی است. استفاده و بهره‌مندی افراد از منابع بیشتر باعث تسهیل و توسعه کارآفرینی می‌شود و برداشت آنها از فرصت‌های موجود و چگونگی استفاده از فرصت‌ها را بهبود می‌بخشد (شریفزاده و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۱۶).

توسعه کارآفرینی به صورت فردی، در بخش کشاورزی با موانع و مشکلاتی همراه است؛ از جمله این موانع شامل موانع سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی که به قوانین دست و پاگیر و زائد اداری در دولت اشاره دارد؛ موانع اقتصادی که شامل مواردی مانند کمبود نقدینگی و نبود سرمایه کافی، عدم حمایت بانک‌ها و مؤسسات مالی از واحدهای تولیدی، بهره‌بالای وام بانکی، نوسان زیاد قیمت محصولات است؛ موانع پشتیبانی و حمایتی که به عدم دسترسی به نهادهای تخصصی، عدم وجود بعضی از تجهیزات تخصصی و بی‌اعتمادی بخش کشاورزی و صنعت به توانمندی‌های دانش‌آموختگان اشاره می‌کند، موانع زیرساختی، کمبود تعاونی‌ها و مراکز تحقیقاتی را برمی‌شمرد؛ موانع فرهنگی به مواردی مانند حاکمیت فرهنگی و دلالتی و واسطه‌گری، ضعف فرهنگ کارگروهی تأکید دارد؛ موانع آموزش و اطلاع‌رسانی نبود وجود خدمات مشاوره‌ای مناسب، کمبود اطلاعات کافی در مورد چگونگی صادرات محصولات و پایین بودن سطح دانش مدیریتی را دربر می‌گیرد (احسانی فر و همکاران، ۱۳۹۵). این عوامل باعث شده تا توسعه کارآفرینی به صورت فردی در بخش کشاورزی در سایه ابهام قرار گیرد و اهمیت رفتارهای جمعی، مشارکت و اعتماد گروهي بیش از گذشته شده است.

با این مقدمات، می‌توان گفت که امروزه کارآفرینی جمعی به راهبردی کارا و مؤثر در پیشبرد توسعه پایدار بدل شده است و متخصصان بخش کشاورزی بر این باورند که دگرگونی ساختاری در روش‌های امروزی تولید کشاورزی نیاز است که حلقه مفقوده آن کارآفرینی جمعی می‌باشد. کارآفرینی جمعی در محیط اجتماعی بهره‌مند از روابط متقابل و پویا، شبکه‌های اجتماعی، فرهنگ همکاری میان نهادهای اجتماعی و کارگروهی ایجاد می‌شود. کارآفرینی جمعی با ایجاد و توسعه فناوری کشاورزی، تسهیل فرایند برای کشاورزان و همچنین تنوع بخشیدن به فعالیت‌های کشاورزی به منظور ارتقای ارزش محصولات زراعی و دامی و امکان صادرات بیشتر برای آنها، کاهش ضایعات ناشی از فساد مواد غذایی و

همچنین ایجاد اشتغال و کاهش بیکاری از ارزش بسیاری در بخش کشاورزی برخوردار است (سلجوقی، ۱۳۹۲). کارآفرینی جمعی با توجه به ویژگی‌هایی که دارد، می‌تواند بر بسیاری از مشکلات بخش کشاورزی در حوزه کسب و کار غلبه کند. به نظر می‌رسد گام اول برای بهبود کارآفرینی جمعی در این بخش، شناسایی عوامل اثرگذار بر آن است که پژوهش حاضر تلاش می‌کند این شکاف پژوهشی را پر کند. در واقع یافته‌های این پژوهش می‌تواند برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران را در فراهم‌سازی زمینه بهبود کارآفرینی جمعی با تقویت عوامل مؤثر آن که متغیرهای تأثیرگذار بر کارآفرین جمعی در بخش کشاورزی هستند، یاری کند.

مبانی نظری

کارآفرینی مفهومی است که همیشه همراه بشر بوده و به‌عنوان پدیده‌ای جدید نقش مؤثری در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها دارد. با توجه به اینکه در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار امروزه، دارای نقش خاصی است افراد کارآفرین به‌عنوان سرمایه‌های بزرگ انسانی منشأ و موجب تأثیرات مهمی در روند پیشرفت جامعه و توسعه کشورها هستند. کارآفرینی مفهومی عینی و عملی است که هم‌زمان با شروع زندگی انسان بر روی کره زمین و تلاش برای کسب درآمد پا به عرصه وجود گذاشته است (سعیدی مهرآبادی، ۱۳۸۷). کارآفرینی به معنای در هم آمیختن ویژگی‌های شخصی، ابزار مالی و منابع موجود در محیط کار است. کارآفرین بودن در واقع به معنای توانا بودن در کشف و ارزیابی فرصت‌ها، جمع‌آوری منابع لازم و عمل کردن به گونه‌ای که در فعالیت‌های خویش از ویژگی رهبری برخوردار باشد و به‌طور حساب‌شده و معتدل ریسک کند، و از دست زدن به کارهای بزرگ لذت می‌برد. ولی هیچ‌وقت بی‌گدار به آب نمی‌زند. بیشتر مطالعات مرتبط با کارآفرینی، صفت‌های شخصیتی افراد کارآفرین را با مفاهیمی مثل مرکز کنترل درونی، استقلال‌طلبی، نیاز به کامیابی، مخاطره‌پذیری، آینده‌نگری، خلاقیت و نوآوری، تحمل شکست و قدرت ساخت گروه‌های کاری بیان می‌کند (هزارجریبی، ۱۳۸۷).

کارآفرینی جمعی از دیدگاه دانشمندان علوم اجتماعی رویکردی است که در شبکه اجتماعی توسعه می‌یابد و این روابط اجتماعی می‌تواند رابطه کارآفرین را با منابع و فرصت‌ها محدود یا آسان کند در واقع فعالیت‌های کارآفرینی نتیجه سازوکار و تعاملات اجتماعی هستند (امیری و رحمانی، ۱۳۸۵). به زبان ساده‌تر، کارآفرینی جمعی به‌عنوان انجمنی از کارآفرینان تعریف می‌شود (منوچهرآبادی و همکاران، ۲۰۲۱). ویژگی متمایز کارآفرینی جمعی این است که حقوق مالکیت یا کنترل مشترک به‌جای تخصیص فردی به اشتراک

گذاشته می‌شود (بیکر و همکاران^۱، ۲۰۰۸). کنترل مشترک حاکی از آن است که یک روش تصمیم‌گیری جمعی برای تجمیع نظرات فردی در یک تصمیم‌سازمانی موردنیاز است (منوچهرآبادی و همکاران^۲، ۲۲۰۲).

از میان انواع مختلف کارآفرینی، می‌توان کارآفرینی جمعی را به عنوان یکی از مناسب‌ترین روشها برای بخش کشاورزی دانست. کارآفرینی جمعی خطرپذیری کسب‌وکار و سرمایه‌گذاری را با ارزش‌های اجتماعی اقدام جمعی و با هدف بهبود اجتماعی و اقتصادی یک جمع یا اجتماع، از راه کسب‌وکارهای سامان‌دهی شده برای توسعه محصولات و خدمات در پرتو هنجارها، ارزش‌ها و شبکه‌های اجتماعی صورت می‌گیرد (علی‌بیگی و همکاران، ۱۳۹۴). امروزه کارآفرینی جمعی به راهبردی کارا و مؤثر در پیشبرد توسعه پایدار بدل شده است. در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار امروزی همراه با تغییر و تحولات سریع بین‌المللی، فرایند‌گذار از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی به‌طور فزاینده‌ای در جریان است، از کارآفرینی به عنوان موتور توسعه یاد می‌شود. از کارآفرین انتظار می‌رود فدر پیشبرد رشد اقتصادی کشورها، ایجاد اشتغال، تولید ثروت در توسعه فناوری مورد نیاز جامعه مؤثر واقع شود (کوراتکو^۳، ۲۰۱۴). در واقع مفهوم کارآفرینی یعنی ارزش‌آفرینی؛ از این منظر کارآفرینی نیروی حیات‌بخش و موتور پیشران جریان همه‌جانبه توسعه پایدار به شمار می‌آید که با ارزش‌آفرینی‌های مادی و معنوی می‌تواند پیش‌برنده توسعه پایدار در همه ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، نهادی و زیست‌محیطی باشد (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۵).

کار آفرینی جمعی در کشاورزی

اقتصاددانان اولیه زمین را تنها سرچشمه ثروت و کشاورزان را کارآفرین می‌دانستند و برای کشاورزان جایگاهی ویژه قائل بودند (هزارجریبی، ۱۳۸۷). در عصر حاضر نیز کشاورزی اهمیت داشته و اصلی‌ترین زمینه تأمین معاش روستاییان می‌باشد. با توجه به اهمیت جایگاه کشاورزی در تولید و اشتغال مولد، و همچنین وجود معضلات بیکاری، عدم تمایل به سرمایه‌گذاری و مهاجرت جمعیت فعال از روستاها به شهر و تبدیل شدن به جامعه مصرفی و تخلیه روستا باعث اهمیت مضاعف کشاورزی در زمینه ایجاد اشتغال و امنیت غذایی کشور شده است. کشاورز کارآفرین به شخصی گفته می‌شود که با آینده‌نگری و بررسی فرصتها و تهدیدات محیطی، کشف و خلق فرصت‌های موجود در زمینه کشاورزی با استفاده از خلاقیت و نوآوری و پذیرش ریسک اقدام به تولید محصولات و ارائه خدمات می‌نماید.

1. Baker et al

2. Manouchehrabadi

3. Kuratko

از جمله ویژگی‌های بارز کارآفرینان کشاورز، روشی است که برای حل مسئله بکار می‌برند. بطوری که مشکل اصلی را شامل دو جزء مخاطره و فرصت می‌دانند و بر این باورند که برای حل مشکل لازمه هم مخاطرات و هم فرصت‌های مسئله شناسایی شوند و از این‌رو نگاه آنها به مشکل هم از دیدگاه یک محقق برای شناسایی فرصت‌ها و از دیدگاه یک بازرس برای کشف مخاطره است (کاین، ۲۰۰۶).

کارآفرینی جمعی کشاورزی را از مهم‌ترین انواع فعالیت‌های تعاونی گونه به حساب آورد؛ تعاونی گونه ای که نیازمند فعالیت جمعی است. تعاونی‌های کشاورزی در زمینه زراعت، باغداری، دامداری، صیادی، پرورش گل و گیاه، طیور، صنایع تبدیلی فرآورده‌های کشاورزی و تأمین نهادهای مورد نیاز در تمام دنیا فعالیت می‌کند. در واقع تعاونی‌های کشاورزی مانند مزرعه‌ای است که زمین و اقلام عمده سرمایه‌ای در مالکیت اشتراکی خود کارگران مزرعه نگهداری می‌شود و هر سودی که از سرمایه‌گذاری به دست می‌آید بین گروه تقسیم می‌شود با مالکیت اشتراک بین اعضای تعاونی در تصمیم‌گیری‌های همه‌جانبه درباره تولید، توزیع و سرمایه‌گذاری باهم همکاری کنند (رویس، ۱۹۹۶).

پیشینه پژوهش

با توجه به نوپا بودن موضوع کارآفرینی جمعی به لحاظ پژوهشی، به‌ویژه در داخل کشور، در ادامه به بررسی برخی از پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه کارآفرینی جمعی، سرمایه‌اجتماعی و کارآفرینی در تعاونی‌ها و ارتباط بین کارآفرینی و سرمایه اجتماعی پرداخته می‌شود.

محمدی‌الیاسی و همکاران (۱۳۹۰) در تحقیق خود با هدف شناسایی نقش شبکه‌های اجتماعی کارآفرینان در تشخیص فرصت کارآفرینی به این نتیجه دست یافتند که شبکه اجتماعی کارآفرینان با تشخیص فرصت‌ها رابطه مثبت دارد و از بین ابعاد شبکه اجتماعی، محتوای روابط اجتماعی بیشترین اثرگذاری را بر تشخیص فرصت کارآفرینی دارد. ربیعی و موسیوند (۱۳۹۲) با بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و شکل‌گیری فعالیت‌های تعاونی روستایی در شهرستان شازند به این نتیجه رسیدند که بین سرمایه اجتماعی و شکل‌گیری فعالیت‌های تعاونی روستایی روستایان رابطه معناداری وجود دارد و برای رونق فعالیت‌های تعاونی روستایی می‌بایست سرمایه اجتماعی را افزایش داد. جمشیدی و همکاران (۱۳۹۴) در مطالعه خود تحت عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر تقویت و توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی شهرستان مینودشت» به این نتیجه دست یافتند که میزان توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های موردنظر در حد پایین‌تر از حد متوسط است. همچنین مشخص شد که

متغیرهای سطح تحصیلات، تعداد سهام، تجربه قبلی در زمینه کارآفرینی، میزان درآمد و سابقه فعالیت در شرکت تعاونی تولید کشاورزی، تأثیر مثبت بر متغیر وابسته میزان کارآفرینی تعاونی‌های تولید کشاورزی در منطقه مورد مطالعه دارند.

امینی و همکاران (۱۳۹۶) در مطالعه‌ای کیفی با عنوان ویژگی‌های هوش کارآفرینانه زنان، بر روی زنان کارآفرین در استان گیلان ویژگی‌های هوش کارآفرینانه زنان کارآفرین را در قالب شش مضمون اصلی بینش کارآفرینانه، هوش شناختی، هوش اجتماعی، هوش شهودی، هوش جسورانه و هوش برانگیزاننده استخراج و نام‌گذاری کردند. سپس از طریق روش‌های اعتباریابی کیفی، صحت اعتبار آنها را تأیید کردند. در نهایت، با استفاده از روش آنتروپی شانون، مقوله‌های ظهور یافته در هریک از مضامین اصلی اولویت‌بندی شدند.

مطالعه لینو همکاران^۱ (۲۰۲۲) در خصوص کسب و کار کارآفرینی جمعی برای احیای روستاهای کشور چین، بر چگونگی اتخاذ مکانیسم‌های اجتماعی برای سازماندهی کارآفرینی جمعی توسط جوامع روستایی متمرکز شد، و به درگیری‌های گروه‌های اجتماعی و اگرچه به سمت فرایندی همگرا پرداخت که به کارآفرینان مختلف اجازه می‌دهد تا در یک ائتلاف بزرگ جمع شوند. این نظریه تئوری همبستگی را از علوم سیاسی به حوزه کارآفرینی اجتماعی گسترش داد و مکانیسم‌های بعدی را بر اساس تلاش کارآفرینی جمعی روستای یوان در استان شانشی چین نظریه پردازی کرد. نتایج چهار جریان از مکانیسم‌های اجتماعی را نشان داد: (۱) رهایی برای توانمندسازی گروه‌های آسیب‌پذیر، (۲) فراهم‌آوری منافع متفاوت، (۳) یادگیری بازتابی برای ایجاد تعامل متقابل و (۴) مشارکت متناسب برای نهادینه کردن نظم سلسله مراتبی در جامعه. این نتایج، نظریه اجتماع و سازماندهی ادبیات تغییرات اجتماعی را با پیامدهای سیاستی قوی پیش می‌برد.

سیژکو و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی به بررسی تأثیر اعتماد بر عملکرد کارآفرینی جمعی در مناطق روستایی لهستان پرداختند. جامعه آماری این پژوهش سازمان‌های تولیدکننده کشاورزی، حلقه‌های زنان روستایی و گروه‌های اقدام محلی بودند.

سیوونن و همکاران^۲ (۲۰۲۰) در پژوهشی عناصر اصلی که اساس هویت کارآفرینی جمعی جوامع کارآفرینی را تشکیل می‌دهند به چهار دسته تقسیم کردند: الف) روحیه و طرز فکر افراد جامعه، ب) انگیزه‌های لازم برای پیوستن به جمع کارآفرینانه، ج) ارزش‌ها و اعتقادات و د) گروه‌هایی که احساس مناسبی دارند تا کار خوبی برای دیگران انجام دهند. اوریاخوگبا کوازلو-ناتال (۲۰۲۰) صنعتگران زن روستایی در پویایی مالکیت معنوی، اصطلاحات فرهنگی سنتی، نوآوری و کارآفرینی اجتماعی، بیان کرد که شیوه‌های نوآوری

1. Lin et al

2. Siivonen

مشارکتی و فراگیر و شیوه‌های کارآفرینی اجتماعی، توانمندی زیادی را برای صنعتگران ایجاد می‌کند، صرف‌نظر از این‌که سیستم مالکیت معنوی فرصت‌های در دسترس را ارائه نمی‌دهد. بدین ترتیب، در این مورد، توجه به نوآوری فراگیر و کارآفرینی اجتماعی، سازوکارهای مؤثری برای توانمندسازی صنایع دستی زنان روستایی به نظر می‌رسد.

نتایج پژوهش، موارد ذیل را نشان داد: (۱) نقش مهم اعتماد شخصی نسبت به اعتماد نهادی در پیدایش و عملکرد اشکال مورد مطالعه کارآفرینی جمعی در مناطق روستایی، (۲) اهمیت بیشتر عوامل اجتماعی نسبت به عوامل اقتصادی تعیین‌کننده عملکرد کارآفرینی جمعی روستایی، (۳) تأثیر مثبت اعتماد تعمیم‌یافته بر اعتماد قرار گرفته در اشکال کارآفرینی جمعی، (۴) افزایش اعتماد بین اعضا در طول زمان همکاری.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل مؤثر بر تقویت کارآفرینی جمعی در بخش کشاورزی انجام شده است که از نظر هدف کاربردی است. رویکرد مورد استفاده در این پژوهش کیفی و ابزار تجزیه و تحلیل تکنیک تحلیل موضوعی است. جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش با استفاده از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته انجام گرفته است. جامعه آماری متشکل از اعضای هیئت علمی گروه کارآفرینی و گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه رازی، مدیران و همچنین کارآفرینان بخش کشاورزی شهر کرمانشاه بود. بدین صورت که در ابتدا با توجه به شناخت و آگاهی محقق و اهداف پژوهش، از خبرگان منتخبی که از نظر محقق، توانایی و شایستگی پاسخ به سؤال‌های مطرح شده را داشتند، مصاحبه و سپس خبرگان دیگری توسط آنها معرفی شدند و بر این اساس، اطلاعات مورد نیاز از طریق آنان گردآوری گردید. معیار تعیین میزان حجم نمونه، اشباع نظری بود که تعداد ۵ نفر با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند و ۱۱ نفر دیگر با استفاده از نمونه‌گیری گلوله برفی انتخاب شدند. اطلاعات مربوط به مصاحبه‌شوندگان در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. اطلاعات مربوط به ویژگی جمعیت شناختی مصاحبه‌شوندگان

| ردیف | عنوان | فراوانی | جنسیت | |
|------|---|---------|-------|----|
| | | | مرد | زن |
| ۱ | کارآفرینان نمونه کشاورزی | ۹ | ۶ | ۳ |
| ۲ | عضو هیئت علمی دانشگاه رازی (گروه مدیریت و کارآفرینی و گروه ترویج و آموزش کشاورزی) | ۴ | ۳ | ۱ |
| ۳ | مدیران جهاد کشاورزی | ۳ | ۳ | - |
| | جمع | ۱۶ | ۱۲ | ۴ |

مصاحبه‌ها ابتدا با پرسش‌های کلی شروع و سپس بر اساس مطالب بیان‌شده از سوی مصاحبه‌شوندگان ادامه پیدا کرد. ضمن اینکه پژوهشگران ارتباط بین پرسش‌ها با هدف مصاحبه را حفظ نمودند. پیش از مصاحبه به منظور کنکاش و تسلط بیشتری در حیطه مدنظر، راهنمای مصاحبه که حاوی یک سری پرسش‌های باز بود برای مصاحبه‌شوندگان ارسال شد. در نهایت همه مصاحبه‌ها ضبط شد و پس از اتمام هر مصاحبه، پژوهشگران با دقت و صرف زمان زیاد و عدم دخالت برداشت‌های شخصی هر یک از مصاحبه‌ها را مکتوب نمودند. در ادامه جمله‌ها و عبارات‌های مربوط به هر محور مصاحبه، تقسیم و ذیل محورهای اصلی پرسش‌ها نگارش گردید. برای تحلیل داده‌های مصاحبه از روش‌های تحلیل محتوا و در سه مرحله کدگذاری شده‌اند. که در مجموع از میان ۳۰۰ نظر و جمله معنادار در مرحله اول با حذف جمله‌های تکراری تعداد ۱۲۰ کد اولیه کشف و در مرحله دوم در مجموع ۵۰ کد محوری با نادیده گرفتن کدهای تکراری حاصل و در نهایت در مرحله سوم کدگذاری، تعداد ۹ مقوله از میان داده‌ها پدید آمدند. از مصاحبه ۱۲ به بعد تکرار در اطلاعات دریافتی مشاهده شد. اما برای اطمینان، مصاحبه‌ها تا مصاحبه ۱۶ ادامه یافت. مدت زمان هر مصاحبه از ۲۰ دقیقه الی ۵۰ دقیقه متغیر بود که در مجموع برای ۱۶ مصاحبه حدود ۳۲۰ دقیقه زمان لحاظ گردید. اعتبار درونی در پژوهش کیفی بر اساس دو پرسش ۱- آیا روش‌ها، رویکردها و فنون با یکدیگر مربوط هستند و ۲- آنچه را محقق به دنبال سنجش آن است، به درستی می‌سنجند می‌باشد. برای این مهم با توجه به شاخص‌های ارائه شد در جدول ۲ اعتبار درونی در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته است.

جدول ۲. شاخص‌های اعتبار درونی پژوهش و چگونگی دستیابی به آن

| نوع | راهبرد | شرح | شکل اجرا در این پژوهش |
|--------------|---------------------|--|---|
| اعتبار درونی | کثرت گرایی | چند محقق، چند منبع داده یا چند روش برای تأیید داده‌های در حال ظهور مورد استفاده قرار می‌گیرند | همه محققان کدهای مصاحبه‌ها را به صورت انفرادی و سپس جمعی بررسی کردند. همچنین علاوه بر مصاحبه‌ها برای جمع‌آوری داده‌ها، پیشینه نیز بررسی شد. |
| | تأیید اعضاء | قابل پذیرش بودن نتایج نزد اعضاء | یافته‌های پژوهش برای چهار نفر از مصاحبه‌شوندگان و دو نفر از متخصصین ارسال و نظرات آنها نیز بررسی شد. |
| | درگیر بودن با موضوع | مشاهده بلندمدت در بازدید از محل تحقیق یا مشاهدات تکراری پدیده: داده‌ها در طول دوره‌ای از زمان جمع‌آوری شوند، با این هدف که اعتبار یافته‌ها را افزایش دهند. | داده‌های این پژوهش در طول یک دامنه زمانی حدود ۴ ماهه گردآوری شد. |

برای انجام مصاحبه‌ها، چارچوبی مدون و مکتوب تنظیم و این چارچوب در مصاحبه‌ها به کار گرفته شد. برای آگاهی از میزان پایایی در بخش تحلیل از روش توافق درون موضوعی بهره گرفتیم. برای مصاحبه از یک محقق دیگر که به روش تحلیل تسلط خوبی داشت، درخواست شد تا به‌عنوان همکار در پژوهش مشارکت و سه مصاحبه را کدگذاری کند. درصد توافق درون موضوعی که به‌عنوان شاخص پایایی تحلیل به کار می‌رود با استفاده از فرمول ۷۱ درصد به دست آمد. با توجه به اینکه این میزان پایایی نیز بیشتر از ۶۰ درصد بود، قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها تأیید می‌شود. بنابراین، می‌توان ادعا کرد که میزان پایایی تحلیل مصاحبه‌های کنونی مناسب است.

یافته‌ها

پس از اتمام مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با اعضای هیئت علمی گروه کارآفرینی و گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه رازی، مدیران و همچنین کارآفرینان بخش کشاورزی تک‌تک مصاحبه‌ها مورد بازبینی و بررسی قرار گرفت. و پس از انجام مرحله جستجوی مضامین (کدهای باز) و شکل‌گیری مقوله‌های فرعی، درنهایت ۸ مقوله اصلی استخراج گردید. داده‌ها با استفاده از تحلیل موضوعی استقرایی، ابتدا به‌صورت کدگذاری باز و اولیه مفهوم‌سازی شده، در این مرحله کل محتوای پیام‌های حاصل از مصاحبه‌ها، پس از دست‌نویس کردن مصاحبه‌ها، چندین بار مورد بازخوانی و بررسی قرار گرفت و واحدهای معنایی به‌صورت جملاتی از بیانات و متون مصاحبه‌ها مشخص شد و کدهای اولیه از آنها استخراج گردید. و سپس به‌منظور نظم و انسجام داده‌های به‌دست آمده، داده‌های کدگذاری شده، با یکدیگر مقایسه شدند و با ادغام موارد مشابه، طبقاتی با مفاهیم جدید ایجاد گردید و تمام کدهایی که به نظر می‌رسید به شکلی با موضوع پژوهش ارتباط دارند، استخراج شد.

جدول ۳. مفهوم‌سازی و ایجاد طبقات گسترده حاصل از داده‌های پژوهش

| ردیف | مقوله | مفهوم | تعداد تکرار | برخی از شواهد گفتاری حاصل از متن مصاحبه‌ها |
|------|---------------|---|-------------|--|
| ۱ | عوامل اقتصادی | تأسیس شرکت‌های کوچک کارآفرینی | ۹ | من معتقدم داشتن سرمایه اولیهای که معیشت خانواده را به خطر نیندازد، می‌تواند سهمی اساسی در ایجاد تحرک در افراد در جهت افزایش میل به گرایش‌های کارآفرینانه داشته باشد؛ البته سرمایه اولیه بالا نیز می‌تواند تاثیر معکوس در رفتارهای جمعی بگذارد و افراد را به سمت سرمایه‌گذاریهای خطرپذیر فردی سوق دهد، ولی به هر حال داشتن یک سرمایه اولیه مناسب می‌تواند تاثیر مثبتتری نسبت به نداشتن سرمایه داشته باشد. |
| | | قانون مالیات و عوارض | ۸ | |
| | | تحریم‌های بین‌المللی | ۸ | |
| | | تقسیم ریسک مالی | ۷ | |
| | | انتظار برای بهبود کیفیت زندگی اقتصادی افراد | ۷ | |
| | | انگیزه کسب درآمد | ۶ | |
| | | ثبات اقتصادی | ۵ | |
| | | وجود صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری | ۵ | |
| | | وجود سرمایه اولیه متناسب | ۴ | |
| | | وجود فرشتگان سرمایه‌گذار مشتاق فعالیت جمعی | ۳ | |
| ۲ | عوامل اجتماعی | تسهیلات بانکی | ۲ | من بر این باورم یکی از عوامل ویژه که می‌تواند سهمی قابل توجه در کارآفرینی جمعی ایفا کند وجود روحیه انسجام، اعتماد و مشارکت بین افراد جامعه است، انسجام، اعتماد و مشارکتی که اگر با هم آمیخته شوند می‌توانند به پیشران اصلی برای حرکت از کارآفرینی فردی به سمت کارآفرینی جمعی باشند؛ شاید بتوان گفت این سه عامل، زیربنای دیگر عوامل هستند. |
| | | اعتماد اجتماعی | ۱۲ | |
| | | مشارکت اجتماعی | ۹ | |
| | | انسجام اجتماعی | ۸ | |
| | | موقعیت اجتماعی | ۸ | |
| | | عوامل هنجاری | ۸ | |
| | | طبقه اجتماعی | ۶ | |
| | | تأثیرپذیری از وقایع مهم | ۵ | |
| | | ایجاد فرصت شغلی برای دیگران | ۵ | |
| | | گرایش به کارگروهی جمعی | ۴ | |
| ۳ | عوامل فرهنگی | تجربیات حاصل از زندگی | ۴ | به نظرم تا خود افراد جامعه نخواهند، هیچ شروعی در کار نیست؛ باید با بهبود هنجارهای فرهنگی، زمینه تقویت کارآفرینی جمعی را از درون آغاز کرد. |
| | | وجود شبکه‌های مشارکت مدنی | ۳ | |
| | | حمایتگری جامعه و خویشاوندان | ۹ | |
| | | ابهام‌پذیری | ۷ | |
| | | معرفی الگوهای موفق کارآفرینی جمعی به جامعه | ۶ | |
| | | دیدگاه رهبران محلی به فعالیت جمعی | ۶ | |

| ردیف | مقوله | مفهوم | تعداد تکرار | برخی از شواهد گفتاری حاصل از متن مصاحبه‌ها |
|------|--------------|---|-------------|--|
| ۴ | عوامل آموزشی | برقراری ارتباط بین بخش کشاورزی با دانشگاه‌ها | ۹ | من بر این باورم که آموزش کارآفرینی جمعی در دانشگاه‌ها باعث تربیت نمودن افراد متکی به نفس و آگاه به فرصت‌ها به‌طور کلی افرادی است که تمایل بیشتری به راه‌اندازی کسب‌وکارهای مستقل دارند. |
| | | آشنایی با کانال‌ها و منابع اطلاعاتی در حوزه علوم کشاورزی | ۸ | |
| | | آشنایی با علوم روز در حوزه کارآفرینی | ۷ | |
| | | داشتن تحصیلات دانشگاهی | ۴ | |
| | | برگزاری دوره‌های آموزشی مهارتی به کشاورزان با هدف توانمندسازی کارآفرینی | ۳ | |
| | | ارتباط با محیط دانشگاهی | ۲ | |
| ۵ | عوامل قانونی | حمایت دولت از پیشران‌های مؤثر بر کارآفرینی | ۱۰ | من معتقدم دولت‌ها به‌طوری جدی به تشویق کارآفرینی باید بپردازند، زیرا کارآفرینی موجب بهره‌مندی مردم و کشور می‌شود. قبل از آنکه مردم بتوانند کاری را شروع کنند، باید دارای سرمایه، فناوری، تسهیلات لازم برای تولید کالا و نیروی کار مناسب باشند. همچنین باید دارای روحیه مناسب و شرایط روانی متعادل برای کارآفرینی جمعی باشند. |
| | | رفع موانع قانونی | ۹ | |
| | | اصلاح قوانین مالیاتی | ۶ | |
| | | سهولت در کسب مجوزهای فعالیت‌های جمعی | ۴ | |
| | | حمایتگری قوانین و سیاستها | ۳ | |
| ۶ | عوامل شناختی | عناصر اعتقادی | ۱۲ | با توجه اینکه در فرایند کارآفرینی جمعی تعاملات گروهی افزایش یافته و رفتارهای تیمی به ضرورتی امکان‌ناپذیر تبدیل می‌شود به‌مرور زمان روحیه جمعی افراد افزایش می‌یابد و در ادامه آن مسئولیت‌پذیری نیز بهبود می‌یابد. |
| | | داشتن روحیه کار جمعی | ۱۲ | |
| | | داشتن هوش اجتماعی و هوش هیجانی | ۱۰ | |
| | | داشتن تجربه فردی | ۱۰ | |
| | | نیاز به موفقیت و کسب توفیق | ۸ | |
| | | درجه و میزان ریسک‌پذیری | ۷ | |
| | | ویژگی مثبت مدیران | ۷ | |
| | | اشتیاق کارآفرینی جمعی | ۶ | |
| | | داشتن روحیه مسئولیت‌پذیری | ۶ | |
| | | ابتکار و خلاقیت کارآفرین | ۵ | |
| | | پشتکار | ۵ | |
| | | انتقادپذیری | ۴ | |

| ردیف | مقوله | مفهوم | تعداد تکرار | برخی از شواهد گفتاری حاصل از متن مصاحبه‌ها |
|------|---------------|---|-------------|--|
| ۷ | عوامل محیطی | زیرساخت‌های مناسب (جاده، برق، آب) | ۱۴ | در حال حاضر که تعداد افراد بیکار جامعه افزایش یافته و شاید بتوان گفت معضل بیکاری از پدیده انفرادی به معضل اجتماعی و گروهی تبدیل شده است، از طرفی وضعیت اقتصادی جامعه توان شروع فعالیت کارآفرینانه انفرادی را کاهش داده است. افراد را ناگزیر و مبتنی بر نیاز به سمت فعالیت‌های گروهی و جمعی کارآفرینانه سوق داده است. |
| | | کاهش استخدام‌های دولتی | ۱۳ | |
| | | وجود قوانین مناسب و تسهیل‌کننده | ۹ | |
| | | میزان تقاضا برای محصولات تولیدی | ۶ | |
| | | وجود سازمان‌های مردم‌نهاد حامی کارآفرینی جمعی | ۶ | |
| | | توسعه حمل‌ونقل در منطقه | ۴ | |
| | | نزدیکی به بازار | ۴ | |
| | | دسترسی به منابع اطلاعاتی و دانش همگانی | ۳ | |
| ۸ | عوامل ارتباطی | حمل‌ونقل | ۹ | همان‌طوری که از اسم کارآفرینی جمعی پیداست نیاز به ارتباطات توأم با اعتماد برای انجام فعالیت‌های مخاطره‌آمیز کارآفرینی ضرورتی است که می‌توان آن را جز جدایی‌ناپذیر از این پدیده نامید. |
| | | بازاریابی | ۷ | |
| | | ارتباط با شرکت‌های دانش‌بنیان | ۷ | |
| | | شبکه‌سازی با کمک فناوری اطلاعات | ۶ | |

شکل زیر، نشان‌دهنده مقوله‌های اصلی حاصل از مصاحبه‌ها است که عوامل اصلی و مهم تأثیرگذار بر شناسایی عوامل مؤثر بر تقویت کارآفرینی جمعی در بخش کشاورزی به روش تحلیل موضوعی را نشان می‌دهد.



شکل ۱: شناسایی عوامل مؤثر بر تقویت کارآفرینی جمعی در بخش کشاورزی

بر اساس شکل ۱ عوامل مؤثر بر تقویت کارآفرینی جمعی در بخش کشاورزی شامل عوامل اقتصادی با (۱۳) مفهوم، عوامل اجتماعی با (۱۱) مفهوم، عوامل فرهنگی با (۶) مفهوم، عوامل شناختی با (۱۴) مفهوم، عوامل محیطی با (۸) مفهوم، عوامل ارتباطی با (۴) مفهوم، عوامل قانونی با (۵) مفهوم، می‌شود. و در زیر به بیان شرح مختصری از هر بعد پرداخته خواهد شد.

متغیر اقتصادی: یکی از متغیرهای تأثیرگذار بعد اقتصادی می‌باشد. این بعد بر شکل‌گیری کارآفرینی جمعی که اغلب با فعالیت‌های دلسوزانه و حمایت‌کننده ارتباط داشته و برای حل مشکلات جمعی بینش مطلوبی دارند اثرگذار است.

متغیرهای آموزشی: از دیگر عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی جمعی در بخش کشاورزی، آموزش است که شامل دانش مربوط به کارآفرینی در کشاورزی، آشنایی با منابع اطلاعاتی و کانال‌ها در حیطه علوم کشاورزی و آموزش‌های صورت گرفته توسط انجمن کارآفرینی به کشاورزان است. با توجه به اینکه عوامل محیطی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی جمعی و عوامل محیطی با ایجاد قوانین مناسب و مشوق فعالیت‌های کارآفرینانه کشاورزی و برداشتن موانع موجود مانند مراحل اخذ مجوز و راه‌اندازی کسب‌وکار کارآفرینانه، گسترش و بهبود امکانات زندگی در روستاها و قرار دادن امکانات وسیع در اختیار کشاورزان و باعث ایجاد انگیزه در آنان می‌شود. آموزش کارآفرینی جمعی فرایندی نظام‌مند، آگاهانه و هدف‌گرا است که از آن برای انتقال دانش و اطلاعات موردنیاز جهت استفاده شده و بهبود و توسعه نگرش‌ها و مهارت‌ها و توانایی‌های افراد غیر کارآفرین را در پی خواهد داشت. آموزش کارآفرینی جمعی به دنبال آماده‌سازی برای مسئولیت‌پذیری و کارآفرین کردن افرادی است که می‌خواهند کارآفرین، یا متفکران کارآفرینی باشند. در عصر ما، آموزش معطوف به کارآفرینی در دانشگاه‌های کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه رو به افزایش است. این برنامه‌ها عمدتاً با هدف ایجاد تجربه‌های علمی و تربیت نیروهایی با ویژگی‌های کارآفرین طراحی شده‌اند.

متغیرهای اجتماعی از دیگر عوامل مؤثر بر کارآفرینی جمعی مربوط به مسائل اجتماعی است که در بستری از روابط متغیر اجتماعی شکل گرفته و این روابط اجتماعی می‌تواند رابطه کارآفرینی را با منابع و فرصت‌ها تسهیل کند. در واقع فعالیت‌های کارآفرینی نتیجه سازوکار و تعاملات اجتماعی هستند. محتوای روابط اجتماعی به‌صورت عمومی به مجموعه دارایی‌های اجتماعی نهفته در روابط اجتماعی از جمله اعتماد، انسجام، همدلی و مشارکت‌جویی اشاره دارد و به‌صورت خاص‌تر، به معنای محتوای روابط شخصی که افراد در بستر تاریخی با یکدیگر ایجاد می‌کنند، روابط اجتماعی از قبیل ایجاد اعتماد، انسجام،

دوستی و مشارکت بین افراد بر شکل‌گیری رفتار آنها اثرگذار است. برداشت‌ها و انتظاراتی نهفته در روابط باعث می‌شوند افراد به یکدیگر یاری رسانده و با یکدیگر همدلی کنند. متغیرهای فرهنگی: نحوه شکل‌گیری و ثمربخشی کارآفرینی جمعی، روش‌ها و شیوه‌های خاصی را می‌طلبد که بر پایه باورها و ارزش‌های ویژه‌ای استوار است. تحریک و پرورش انگیزه‌ها تحت تأثیر آموزش مهارت‌ها، فرهنگ، درک، تغییر و کشف فرصت، فرهنگ خلاقیت است.

متغیرهای محیطی: به‌طور کلی، کارآفرینی در خلأ شکل نمی‌گیرد و پیش‌نیازها و عوامل مربوط به محیط در ایجاد و توسعه آن تأثیر دارد. در این خصوص، عوامل محیطی زیادی از جمله وجود زیرساخت‌های مناسب (جاده، برق، آب)، کاهش استخدام‌های دولتی، دسترسی به منابع اطلاعاتی و دانش همگانی، میزان تقاضا برای محصولات تولیدی، توسعه حمل‌ونقل در منطقه و وجود سازمان‌های مردم‌نهاد حامی کارآفرینی جمعی وجود دارد که کارآفرینی جمعی را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

متغیرهای قانونی: متغیر دیگر، که تأثیرگذاری بالایی دارد، سیاست‌ها و قوانین دولتی است؛ بهبود قوانین، برنامه‌ها و سیاست‌های توسعه کارآفرینی جمعی جزء اولین گام‌های بهبود و تقویت است درک درست دولت‌مردان نسبت به کارآفرینی جمعی و مزایای آن برای جامعه، می‌تواند به بهبود وضعیت سیاستی و قانونی زیست بوم کارآفرینی جمعی کشورها کمک کند. به نظر می‌رسد که دولت در بهترین موقعیت برای تعیین سیاست و طراحی برنامه‌ها با هدف تشویق کارآفرینی است. در زمینه حمایت‌های دولتی و زیرساختی نیز می‌توان این‌گونه بیان نمود که وجود خدمات مشاوره‌ای در زمینه‌های مختلف از جمله مالی نقش مهمی در فعالیتهای کارآفرینی دارد. در این زمینه می‌توان به وجود عوامل رقابتی بین مؤسسات تأمین‌کننده منابع مالی نیز اشاره نمود. همچنین در خصوص حمایت‌های قانونی و نهادی نیز باید به وجود قوانین حق مالکیت و ثبت آن برای کارآفرینان اشاره کرد،

متغیرهای ارتباطی: کارآفرینان در انجام فعالیتهای تجاری خود نظیر شناخت مشتریان، تبلیغ، فروش، پست و ارسال و می‌توانند از فناوری‌های جدید ارتباطی استفاده فراوان ببرند. سیر تحولات جهانی، کارآفرینان را در خط مقدم توسعه فناوری و توسعه اقتصادی قرار داده است. تجربه موفقیت‌آمیز اغلب کشورهای پیشرفته و نیز برخی از کشورهای در حال توسعه در عبور از بحران‌های اقتصادی به‌واسطه توسعه کارآفرینی در آن کشورها، موجب گردیده تا سایر کشورها نیز برای کارآفرینی، کارآفرینان و شکل‌گیری کسب‌وکارهای نوآورانه اهمیت خاصی قائل گردند.

متغیرهای شناختی: بهبود وضعیت کارآفرینی جمعی، باید با توجه به ویژگیهای شناختی

افراد فعال و مستعد کارآفرینی انجام گیرد. عناصر اعتقادی، داشتن تجربه فردی، داشتن روحیه کار جمعی، داشتن روحیه مسئولیت پذیری، انتقادپذیری، اشتیاق کارآفرینی جمعی، ابتکار و خلاقیت کارآفرین، درجه و میزان ریسک پذیری از جمله عوامل مهم تأثیرگذار هستند.

نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر تقویت کارآفرینی جمعی در بخش کشاورزی با رویکردی کیفی انجام شد. نتایج حاصل از تحلیل مصاحبه‌ها موجب شناسایی هشت گروه از عوامل مؤثر بر تقویت کارآفرینی جمعی در بخش کشاورزی گردید. این عوامل شامل: عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، شناختی، محیطی، ارتباطی و قانونی می‌باشد. به‌طورکلی نتایج این پژوهش نشان داد که این عوامل لازمه تقویت کارآفرینی جمعی در بخش کشاورزی است. نتایج این پژوهش با یافته‌های حسینی و یعقوبی (۱۳۸۴)، پاپزن (۱۳۸۰)، صمدآقایی (۱۳۷۸) و احمدپورداریانی (۱۳۸۱) و بعد محیطی با نتایج به دست آمده با تحقیقات یوسفی و همکاران (۱۳۹۴) همخوانی و همسویی دارد. براساس یافته‌های پژوهش یکی از عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی جمعی در بخش کشاورزی عوامل اقتصادی است که مربوط به سهولت دسترسی به منابع و سرمایه می‌شود که این پژوهش با نتایج تحقیقات کاد^۱ (۲۰۰۶) همخوانی دارد. عوامل اقتصادی، اثرات مثبتی در توسعه کارآفرینی جمعی دارد. و دولتمردان باید با اعطای وام‌های کمبهره، کاهش تعرفه‌های مالیاتی که به عنوان مشوقی برای ادامه فعالیت کارآفرینان محسوب توجه ویژه داشته باشند. از دیگر عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی جمعی در بخش کشاورزی، آموزش است که نتایج حاصله با یافته‌های تحقیق رینولدز^۲ (۲۰۱۲) همخوانی دارد. آموزش کارآفرینی جمعی در ایجاد و افزایش قصد کارآفرینانه و در نتیجه افزایش احتمال وقوع کارآفرینی جمعی مؤثر است. تأثیر آموزش کارآفرینی جمعی توأم با پذیرش مخاطره و ریسک است و باعث معرفی محصول و یا خدمت جدیدی به جامعه می‌گردد. آموزش کارآفرینی جمعی مقدمه‌ای برای کارآفرین فراهم می‌کند و هدف آن پرورش و تربیت کارآفرینان آینده، توسعه مهارت‌ها و روحیه کارآفرینی و دانش یا مهارت‌های خطر کردن در افراد است. روابط اجتماعی در شبکه اجتماعی کارآفرینان کانون توجه قرار گرفتند. اعتماد در روابط اجتماعی باعث می‌شود جریان منابع و اطلاعات بین افراد آسان شده و در نتیجه شناسایی فرصت، امکان‌پذیر شود. روابط اجتماعی با دیگران یک منبع اطلاعاتی مهم در تشخیص فرصت است و منابع اجتماعی اطلاعات، اطلاعات مفیدی برای کارآفرینان فراهم می‌کنند؛

1. Cade
2. Reynolds

که اثر مثبت و مستقیمی بر سرمایه‌گذاری‌های پایدار دارد. متغیرهای فرهنگ با اشاعه فرهنگ کارآفرینی از طریق رسانه‌ها، سیاستگذاران، سلبریتی‌ها، دولتمردان و رهبران محلی، تجلیل و دعوت از کارآفرینان جمعی موفق، ترویج مزایای حاصله از فعالیت‌های کارآفرینی جمعی و حمایت مادی و معنوی از فعالان در حوزه آموزش و فرهنگ‌سازی کارآفرینی جمعی از جمله راهکارهایی است که می‌توانند ثمربخش باشند. کارآفرینی جمعی به‌عنوان یک راهبرد برای توسعه کشورها، ایجاد اشتغال و رفاه، شناخت فرصت‌های مناسب و افزایش تولید به حساب می‌آید، چرا که نوآوری‌های آنها تقاضاهایی برای محصولات نوین که قبلاً وجود نداشته به بار می‌آید. و در نتیجه عرضه محصولات جدید را افزایش خواهد داد و باعث اشتغال و بهبود زندگی افراد جامعه خواهد شد. افزون بر این، اطلاع و آگاهی از قوانین و مقررات حمایتی نیز می‌تواند عامل اثرگذار و مشوق مهمی در ادامه فعالیت‌های کارآفرینی جمعی باشد. استفاده از اینترنت به عنوان یکی از فناوری‌های ارتباطی ضمن اینکه بسیاری از هزینه‌های آنان را کاهش می‌دهد و امکان معرفی و عرضه فعالیت‌ها و تولیدات آنان را در ابعاد وسیع میسر می‌نماید، دارای جاذبه و کارآمدی بالا است. به طور کلی یکی از اهداف در آموزش و ترویج کارآفرینی، تحریک انگیزه‌ها در افرادی است که از خصوصیات کارآفرینانه برخوردار هستند. تحریک انگیزه‌ها از قبیل میل به کسب ثروت، توفیق طلبی، استقلال طلبی و غیره که موجب می‌شود فرد در مسیر کارآفرینی قرار گیرد. ایجاد انگیزه و پرورش ویژگی‌های کارآفرینانه از طریق برنامه‌های آموزشی و پژوهشی نوآور و خلاق برای این افراد لازم است. این ویژگی‌ها مواردی مانند آموزش تفکر خلاق، افزایش ریسک‌پذیری، بالا بردن قدرت تحمل، دادن اعتماد به نفس، فرصت‌شناسی، شناسایی خصوصیات روانی افراد مذکور از قبیل مرکز کنترل و... تغییر و ارتقاء از خصوصیات را در بر می‌گیرد. علاوه بر این، در شرکت‌های کوچک کارآفرین ساختار سازمانی ساده‌تری وجود دارد و فرهنگ مشارکت افراد در مسیر کارآفرینی باید در قالب کار گروهی بسیار محدود و مفید باشد. در حالی که در ساختارهای منسجم و گسترده سازمان‌های سنتی، سلسله‌مراتب گسترده‌ای حکم فرماست که با دارا بودن فرهنگ کارآفرینانه صحیح می‌تواند بستری مناسب را برای جامعه فراهم سازد. در این راستا، می‌توان پیشنهادهای زیر را ارائه کرد:

۱. ایجاد سرمایه‌حمایتی و امکانات مناسب برای فعالیت‌های فناوری اطلاعاتی و ارتباطی
۲. نهادسازی و شبکه‌سازی توأم با اعتماد برای کشاورزان کارآفرین.
۳. آموزش به کارآفرینان در استفاده از رایانه در فعالیت‌های کسب و کار
۴. ایجاد نگرش مثبت در جامعه در ارتباط با نوآوری و خلق ایده‌های جدید

- احسانی فر، تهمین، رستمی، فرحناز، نادری، نادر، رضایی، بیژن (۱۳۹۵). موانع و راهکارهای توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی. *کارآفرینی در کشاورزی*. ۱۶-۵.
- احمد پور داریانی، محمود (۱۳۸۱). کارآفرینی: نظریات، الگوها، چاپ چهارم، تهران: شرکت پردیس.
- امیری، میثم و رحمانی، تیمور (۱۳۸۵). بررسی آثار سرمایه اجتماعی درون و برون‌گرا و هیبرید رشد اقتصادی استانهای ایران. *جستارهای اقتصادی* (۶): ۳-۱۱۳-۱۵۶.
- امینی، علیرضا، ماچک پشته، سیدشیمایا (۱۳۹۶). شناسایی ویژگیهای هوش کارآفرینان زنان کارآفرین: مطالعه‌های کیفی با استفاده از تحلیل محتوای قراردادی، توسعه کارآفرینی شماره ۲.
- پاپزن، عبدالحمید (۱۳۸۰). توسعه سخت افزار، پول و امکانات و؛ نرم افزار کارمغز ای مجموعه مقالات هما.
- جمشیدی، علیرضا، جمینی، داوود، قنبری، یوسف، طوسی، رمضان. و پسرکلو، موسی (۱۳۹۴). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در تعاونیهای تولید کشاورزی شهرستان مینودشت. *آمایش جغرافیایی فضا*، ۵(۱۵): ۲۰۵-۲۱۸.
- حسینی، سید محمود و یعقوبی، جعفر (۱۳۸۴). بررسی موانع تحقق کارآفرینی در آموزش عالی کشاورزی و راهکارهای تقویت آن، همایش علمی آموزش کشاورزی کشور، آبان ۱۳۸۵، تهران.
- ربیعی، علی. و موسیوند، بهاره (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و شکل‌گیری فعالیت‌های تعاونی روستایی (مطالعه موردی: روستاهای ده کائید، دوجفت و چهارچریک شهرستان شازند). *تعاون و کشاورزی*، ۲(۷): ۱-۲۲.
- سعیدی مهرآباد، محمد. مهدی، محمد مهدی (۱۳۸۷). تأثیر آموزش کارآفرینی بر توسعه رفتارهای کارآفرینانه (مطالعه موردی: آموزش‌های کارآفرینی وزارت کار و امور اجتماعی)، *مجله توسعه کارآفرینی*، سال اول، ش ۲، ۷۳-۵۷.
- سلجوقی، خلیل (۱۳۹۲). آشنایی با کارآفرینی در کشاورزی، سایت. <http://24.karafarin.com> بازیابی: ۲۷، ۲۰۱۳.
- شریف زاده، محمد شریف، رستمی فلوردی، الهه و عبدالله زاده، غلامحسین. (۱۳۹۵). گرایش به کارآفرینی جمعی در تعاونی‌های کشاورزی. *مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی*، ۳(۲)، ۱۱۵-۱۳۱. doi: 10.22069/jead.30.79.2016
- شریف زاده، محمد شریف، عبدالله زاده، غلامحسین زاده، رستمی فلوردی، الهه (۱۳۹۵). گرایش به کارآفرینی جمعی در تعاونی‌های کشاورزی. نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد سوم، شماره دوم.
- شریف‌زاده، محمد. شریف (۱۳۹۰). بنیان نظری و الگوسازی مفهومی رهیافت کارآفرینی گروهی برای تسهیل کارآفرینی جمعی در بخش تعاون. *اطلاعات سیاسی-اقتصادی*، (۲۵): ۱۸۰-۱۹۶.
- صمد آقایی، جلیل (۱۳۸۸). سازمان‌های کارآفرین. تهران، موسسه مالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی، چاپ دوم.

علی بیگی، امیر حسین، اطهری، زهرا، و بارانی، شهرزاد. (۱۳۹۴). تحلیل روحیه کارآفرینی دانشجویان علمی کاربردی کشاورزی مطالعه موردی استان کرمانشاه. مجموعه مقالات همایش ملی توسعه کارآفرینی در آموزش های علمی کاربردی کشاورزی، دی ماه ۱۳۸۷، ۱۷.

محمدی الیاسی، قنبر، رکنی، ندا. و طیبی، کمیل (۱۳۹۰). نقش شبکه های اجتماعی در تشخیص فرصت های کارآفرینی. توسعه کارآفرینی، ۳(۱۱): ۷-۲۶.

هزارجریبی، جعفر (۱۳۸۷). کارآفرینی (چاپ سوم)، تهران، انتشارات پژوهشکده امور اقتصادی.

یوسفی، زهرا، نادری، نادر، رضایی، بیژن، شیرین، نعمت الله (۱۳۹۴). بررسی و اولویت بندی دیدگاه کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی استان کرمانشاه نسبت به عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی، راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، شماره ۴. ۵۳-۵۵.

Baker, G. P., Gibbons, R &, Murphy, K. J. (2008). "Strategic alliances: Bridges between" islands of conscious power. *Journal of the Japanese and International Economies*, 22(2), 146-163.

Cade. (2006) (Mission Statement, Operating Principles, Goals and Objectives. Center for Agricultural Development and Entrepreneurship Strategic Plan. Available on :www.cadefarms.org/pdf/CADEStrategicPlanIII.pdf 12-3 , 125

Kayne, J. (2002). "Discussion starter :decoding the entrepreneurship Genome." In :National Center for Rural Entrepreneurship) ed (.Rural America .Washington, D. C. :National Center for Rural Entrepreneurship.

Kuratko, D ;Hornsby, J & .Covin, J. (2014). (Diagnosing a firm's internal environment for corporate entrepreneurship. *Journal of Business Horizons*, 57 pp.37-47.

Lin, H, Li, Y &, Zhou, L. (2022). A Consociation Model :Organization of Collective Entrepreneurship for Village Revitalization. *Systems*, 10(4), 127.

Manouchehrabadi, B., Letizia, P., & Hendrikse, G. (2021). Governance of collective entrepreneurship. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 185, 370-389.

Oriakhogba, D. O. (2020). Empowering rural women crafters in KwaZulu-Natal :The dynamics of intellectual property, traditional cultural expressions, innovation and social entrepreneurship. *South African Law Journal*, 145-172, (1)137

Parzonko, A. J ;Sieczko, A. (2018). Agricultural producer groups as manifestation of team entrepreneurship in Poland. In *Rural Development and Entrepreneurship :Production and Co-Operation in Agriculture*, Proceedings of

- the International Scientific Conference ,Vladivostok ,Russia ,pp. 221-228.
- Reynolds ,P.D ,M .Hay and S.M .Camp .(2012) .Global entrepreneurship monitor .Kansas city ,MO :Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.21-55 :1 ,
- Royce ,F .)1996 (.Cooperating Agricultural Operations Management Cuban Sugarcane Farm .A Thesis Presented to Graduate School of the University of Florida Partial Fulfillment of the Require Thesis for the Degree of Master of Science ,University of Florida.
- Rudhumbu ,N ,du Plessis ,E .E & ,Maphosa ,C .)2020(.Challenges and opportunities for women entrepreneurs in Botswana :revisiting the role of entrepreneurship education .Journal of International Education in Business.
- Sieczko ,L ,Parzonko ,A .J & ,Sieczko ,A .)2021(.Trust in Collective Entrepreneurship in the Context of the Development of Rural Areas in Poland .*Agriculture*, 11(11), 1151.
- Siivonen, P. T., Peura, K., Hytti, U., Kasanen, K., & Komulainen, K. .)2020(The construction and regulation of collective entrepreneurial identity in student entrepreneurship societies .*International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Van Oortmerssen, L. A., Van Woerkum, C. M. J., & Aarts,N .)2014(. When Interaction Flows :An exploration of collective creative processes on a collaborative governance board .*Group & Organization Management*,(4)40 , .528–500
- Yan ,J & ,Yan ,L .)2017 (.Collective entrepreneurship ,environmental uncertainty and small business performance :A contingent examination .The Journal of Entrepreneurship.26–1 ,(1)26 ,