



تحلیل تأثیر چشم‌انداز مشترک بر ارتقاء سرمایه‌ی اجتماعی در توسعه کارآفرینی کشاورزی

شهره کرمی^{۱*}، امیر حسین علی‌بیگی^۲

^۱ دانشجوی دکتری توسعه کشاورزی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه رازی کرمانشاه و عضو باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات کرمانشاه، ایران، ^۲ دانشیار گروه ترویج و توسعه پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه رازی کرمانشاه

چکیده

سرمایه‌ی اجتماعی به عنوان مجموعه‌ای از ارزش‌های غیررسمی، هم‌چون تسهیل‌گری با خلق اعتماد، هنجارهای مشترک و پیوند میان اعضای یک گروه، موجب توسعه کارهای گروهی می‌گردد. در این میان وجود چشم‌انداز مشترک از آینده در گروه، زمینه مناسب شکل‌گیری و ارتقاء این سرمایه عظیم و به تعبیری انرژی اجتماعی را فراهم می‌آورد. لذا پژوهش حاضر با هدف تحلیل تأثیر چشم‌انداز مشترک از آینده بر ارتقاء سرمایه‌ی اجتماعی در توسعه کارآفرینی کشاورزی، انجام گردید. جامعه آماری تحقیق در برگیرنده‌ی اعضا تعاونی‌های تولیدی کشاورزی شهرستان کرمانشاه بود که ۱۱۰ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. روش پژوهش توصیفی-همبستگی و ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه بود. به منظور اعتبارسنجی و تعیین میزان تطبیق و برازش داده‌ها، از روش مدل‌سازی معادله ساختاری با کاربرد نرم افزار AMOS استفاده گردید و به منظور بررسی تأثیر چشم‌انداز مشترک بر سرمایه‌ی اجتماعی از تحلیل واریانس چند متغیره MANOVA (بین دو گروه دارای چشم‌انداز مشترک و فاقد چشم‌انداز مشترک) با استفاده از نرم افزار SPSS بهره گرفته شد. بر اساس یافته‌ها، فرضیات پژوهش مبنی بر رابطه معنی‌دار چشم‌انداز مشترک از آینده بر شاخص‌های سرمایه‌ی اجتماعی (اعتماد اجتماعی، هنجارها و شبکه‌ها) در توسعه کارآفرینی کشاورزی همچنین رابطه معنی‌داری اعتماد اجتماعی، هنجارها و شبکه‌ها در توسعه کارآفرینی کشاورزی مورد تأیید قرار گرفت.

واژه‌های کلیدی: چشم‌انداز مشترک، سرمایه‌ی اجتماعی، کارآفرینی کشاورزی.

مقدمه

در سال‌های اخیر تعاونی‌های تولیدی کشاورزی به مثابه یکی از بسترهای مهم کارآفرینی، به عنوان تکامل یافته‌ترین شکل‌های مردمی به سبب پیشرفت‌های چشم‌گیر همواره مورد توجه کشورهای مختلف بوده‌اند. یکی از ضرورت‌های اجتناب‌ناپذیر در نظر گرفتن رشد و تقویت همه جانبه و هدفمند این نهادهای مردمی است. امروزه در کنار سرمایه‌های انسانی و اقتصادی، سرمایه دیگری به نام سرمایه‌ی اجتماعی^۱ مورد توجه قرار گرفته است. یکی از جوانب حائز اهمیت در کارآفرینی، هدایت در شکل‌گیری و ارتقاء سرمایه‌ی اجتماعی به منظور افزایش میزان همکاری و مشارکت است. سرمایه‌ی اجتماعی، یا بعد معنوی یک اجتماع، میراثی تاریخی است که از طریق تشویق افراد به «همکاری» و «مشارکت» در تعاملات اجتماعی، قادر است به حل میزان بیشتری از



معضلات موجود در آن اجتماع، فائق آید و حرکت به سوی رشد و توسعه شتابان اقتصادی، سیاسی و فرهنگی را امکان پذیر سازد. این سرمایه، مجموعه‌ای از هنجارها یا ارزش‌های غیررسمی در سیستم‌های اجتماعی است که سطح همکاری اعضا جامعه را تقویت نموده، همچنین منبعی از انتظارات دوطرفه است که با شبکه‌های گسترده‌تر، اعتماد و ارزش‌های مشترک شکل می‌گیرد و بالاتر از افراد قرار می‌گیرد (Fukuyama, 2000; Field, 2007). پاتنام (۱۹۹۳) سرمایه‌ی اجتماعی را مجموعه‌ای از ویژگی‌های زندگی اجتماعی، مانند شبکه‌های هنجاری و اعتمادی که می‌تواند بر پیشبرد اهداف مشترک اثرگذار باشد، نام نهاده، به عبارتی، سرمایه‌ی اجتماعی، روابط اجتماعی، امتزاج یافته با هنجارها و اعتماد است. از دیدگاه وی، سرمایه‌ی اجتماعی می‌تواند با تسهیل اقدامات هماهنگ، کارایی را بهبود بخشد و آن دسته از ویژگی‌های سازمان اجتماعی است که هماهنگی و همکاری را برای منفعت متقابل تسهیل می‌کند. این ویژگی‌ها عبارتند از: شبکه‌ها، هنجارها و اعتماد اجتماعی (ایمانی جاجرمی، ۱۳۸۰). لذا مدیریت این سرمایه عظیم در تعاونی‌ها، فرآیندهای تجاری و اجتماعی در تعاونی راه، جهت دسترسی بهتر و تقویت سرمایه‌ی معنوی و مدیریت دانش تسهیل نموده و در نهایت سبب ارتقا ارزش افزوده در داخل و خارج تعاونی و تسهیل ارزش افزوده در فعالیت‌های اجتماعی تعاونی می‌گردد. با توجه به اثرگذاری انکارناپذیر چشم‌انداز مشترک از آینده بر شکل‌گیری و تقویت سرمایه‌ی اجتماعی و به تبع آن بر توسعه کارآفرینی، بر اساس چارچوب نظری پاتنام در این پژوهش سعی شده به تحلیل این اثرات پرداخته شود. چرا که بهره‌گیری از این چارچوب نظری به عنوان ابزاری مناسب به منظور بیان شکل‌گیری سرمایه‌ی اجتماعی، این زمینه را فراهم می‌آورد که از آن، به عنوان یک چارچوب مناسب برای اندازه‌گیری اثر چشم‌انداز مشترک بر کارآفرینی و بهبود طراحی و سازماندهی لازم به عنوان راه‌کاری مناسب، بهره گرفت. بنابراین، هدف کلی پژوهش حاضر، تحلیل تأثیر چشم‌انداز مشترک بر ارتقاء سرمایه‌ی اجتماعی در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی، به عنوان یکی از بسترهای مهم کارآفرینی بود.

وجود چشم‌انداز مشترک^۱ از آینده از جمله ابعادی است که زمینه‌ی شکل‌گیری و تقویت سرمایه‌ی اجتماعی را در فعالیت‌های جمعی فراهم می‌آورد. محققان همواره سه فاکتور اصلی را در هدایت سازمان‌ها لازم می‌دانند: ۱- تعیین چشم‌انداز روشن و مسیر توفیق طلبی توسط مدیران ۲- آموزش و تجهیز افراد به منظور تمرکز بر چشم‌انداز و مسیر مشترک مورد توافق ۳- ایجاد شناخت و سیستم‌های مثبت که رفتارها و عملکردها را در امتداد چشم‌انداز تجهیز نماید (Blanchard and Stoner, 2004). در تعریف چشم‌انداز می‌توان گفت که عبارتست از ارائه یک تصویر مطلوب و آرمان قابل دستیابی که منظر و دورنمایی در افق بلندمدت را فراروی مدیریت قرار می‌دهد (مبینی، ۱۳۸۶). در حقیقت چشم‌انداز مشترک شناختی واقعی به وجود می‌آورد که در سایه آن می‌توان به اهداف و دیدگاه‌های عملی مشترک دست یافت و همبستگی و همفکری را محقق ساخت (سنگه، ۱۳۸۸). نجاتی (۱۳۷۹) هم معتقد است چشم‌انداز مشترک ایجاد هیجان، انگیزه و تحرک می‌کند و برانگیزاننده مشارکت همگانی است. به عبارتی چشم‌انداز مشترک، حاصل یادگیری جمعی است که در سطح راهبردی سازمان ایجاد و شرط یادگیری در سطح عملیاتی است (Molleman & Broekhuis, 2001). رستمی شهربا یکی نیز بر این باور است که وجود تصویر مشترک از آینده در کارهای گروهی موجب افزایش توانایی افراد در ساختارهای اجتماعی گردیده؛ وی معتقد است سرمایه‌ی اجتماعی، حاصل پدیده‌هایی مانند اعتماد متقابل، تعامل اجتماعی متقابل، احساس هویت جمعی و گروهی، وجود تصویر مشترک از آینده و کار گروهی است که توانایی افراد را از طریق عضویت در ساختارهای اجتماعی افزایش می‌دهد (رستمی شهربا یکی، ۱۳۸۸). مطلبی‌قمی (۱۳۷۸) نیز چشم‌انداز مشترک را موجب شکل‌گیری سرمایه‌ی اجتماعی می‌داند. او به نقل از فلورا بیان نموده که سرمایه‌ی اجتماعی حاصل پدیده‌های «اعتماد متقابل»، «تعاملات اجتماعی»، «گروه‌های اجتماعی»، «احساس هویت جمعی»، «چشم‌انداز مشترک» و «کار تیمی» است. نتیجه پژوهش کرمی (۱۳۸۹) در زمینه‌ی واکاوی عوامل تأثیرگذار بر موفقیت شرکت‌های تعاونی برتر نیز گویای آن است که وجود تصویر مشترک از آینده؛ در شکل‌گیری سرمایه‌ی اجتماعی، به میزان خیلی زیاد تأثیرگذار بوده است. براساس تئوری-ها و پژوهش‌های مذکور، فرضیه‌های اول تا چهارم پژوهش به این صورت شکل گرفت.

فرضیه اول: بین چشم‌انداز مشترک از آینده و اعتماد اجتماعی، رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.

فرضیه دوم: بین چشم‌انداز مشترک از آینده و هنجارها، رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.



فرضیه سوم: بین چشم‌انداز مشترک از آینده و شبکه‌ها، رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.

فرضیه چهارم: بین چشم‌انداز مشترک از آینده و توسعه کارآفرینی کشاورزی، رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.

از مهم‌ترین ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی که کارشناسان علوم اجتماعی روی آن تأکید بسیار دارند، اعتماد میان افراد یک اجتماع است. آنان معتقدند در جامعه‌ای که سطح اعتماد میان افراد به میزان قابل ملاحظه‌ای بالا باشد، سرمایه‌ی اجتماعی نیز در آن اجتماع، در حد بالایی قرار خواهد داشت. اعتماد عبارت است از سطح اطمینانی که یک فرد به شایستگی‌ها، قابلیت‌ها، تمایل به رفتار عادلانه و اخلاقی و قابل پیش‌بینی فرد دیگر دارد (Josef & Winston, 2005). پاتنام (۱۳۸۰) به دو نوع اعتماد شخصی و اعتماد اجتماعی اشاره می‌کند و نوع دوم را که در ادبیات سرمایه‌ی اجتماعی اعتماد تعمیم‌یافته نامیده می‌گردد برای جامعه سودمندتر می‌داند. وی افزایش مشارکت‌های مدنی و گسترش شبکه‌های اجتماعی را از ساز و کارهای تبدیل اعتماد شخصی به اعتماد اجتماعی یا تعمیم‌یافته می‌داند. پاتنام معتقد است که اعتماد جنبه‌های اجتماعی را تولید و بازتولید می‌کند. اعتماد متقابل از استانداردهای متقابل عمومیت یافته و از کارکرد شبکه‌های تعهد مدنی ناشی می‌گردد. تأکید پاتنام بر اعتماد به عنوان هسته مرکزی سرمایه‌ی اجتماعی که زمینه را برای همکاری و توسعه اجتماعی فراهم می‌سازد، موجب شده است تا اکثر تحقیقات که پیرامون سرمایه‌ی اجتماعی انجام می‌شود، بیشتر چارچوب نظری پاتنام را مورد استفاده قرار دهند (ایمانی جاجرمی، ۱۳۸۰). شبکه اعتماد، گروهی از افراد را تشکیل می‌دهند که بر اساس اعتماد متقابل به یکدیگر، از هنجارها و ارزش‌های یکسانی در ارتباطات و تبادلات فی‌مابین خود استفاده می‌کنند. افراد از طریق این شبکه‌ها به اطلاعات، افکار، فرصت‌های اقتصادی، قدرت، نفوذ و حمایت‌های روحی یکدیگر دسترسی پیدا می‌کنند که موجب پایین آمدن سطح هزینه‌های مدیریتی و معاملاتی و خلق ارزش‌های جدید می‌شود (رستمی شهر بابکی، ۱۳۸۸). ایجاد این نوع اعتماد، دوستی و مشارکت بین افراد بر شکل‌گیری رفتار آن‌ها تأثیر قابل توجهی گذاشته؛ از سوی دیگر هنجارها و انتظارات پنهان در روابط موجب یاری و هم‌دلی افراد به یکدیگر می‌گردد (Nahapiet & Ghoshal, 1998). محمدی الیاسی و همکاران (۱۳۹۰) نیز معتقدند که محتوای روابط اجتماعی شامل اعتماد بیش‌ترین اثرگذاری را در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی دارند. به این معنی که اگر اعتماد به عنوان یکی از شاخص‌های روابط اجتماعی در بین اعضای شبکه‌ی اجتماعی افزایش یابد بیش‌ترین اثرگذاری را در تشخیص فرصت‌ها توسط کارآفرینان دارد. لذا براساس تئوری‌ها و پژوهش‌های بیان شده، فرضیه پنجم پژوهش به شرح ذیل پیشنهاد شد.

فرضیه پنجم: بین اعتماد به عنوان یکی از شاخص‌های سرمایه‌ی اجتماعی و توسعه‌ی کارآفرینی کشاورزی رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد. از دیگر عواملی که به ایجاد سرمایه‌ی اجتماعی کمک قابل توجهی می‌کنند، همیاری و مشارکت در فعالیت‌های گروهی است. به اعتقاد علوی تبار (۱۳۷۹) مشارکت درگیری ذهنی و عاطفی اشخاص در موقعیت‌های گروهی است که آنان را برمی‌انگیزد تا برای دستیابی به هدف‌های گروهی، یکدیگر را یاری دهند و در مسئولیت کار شریک شوند. احسن (۱۳۶۵) نیز مشارکت را شکلی از همکاری و معاضدت با دیگران بنا به میل باطنی و با نیت زندگی بهتر که فرد آگاهانه می‌پذیرد، دانسته است. (2000) Wandersman هم مشارکت را فرآیندی می‌داند که اعضا در تصمیم‌گیری در نهادها، برنامه‌ها و تأثیرات این تصمیم‌گیری، شریک باشند. پاتنام (۲۰۰۰) نوع خاصی از هنجارهای همیاری را مولدترین جزء سرمایه‌ی اجتماعی می‌داند و حتی ملاک سرمایه‌ی اجتماعی می‌نامد: ملاک سرمایه‌ی اجتماعی اصل همیاری تعمیم یافته است. من اکنون این کار را برای شما انجام می‌دهم بی- آن‌که چیزی فوراً در مقابل انتظار داشته باشم و شاید حتی بی‌آن‌که شما را بشناسم، با این اطمینان که در طول راه شما یا دیگری لطف مرا پاسخ خواهد داد. وی معتقد است هنجارهای همیاری دو نوع است متوازن و تعمیم یافته. در نوع متوازن مبادله‌ی همزمان چیزهای با ارزش برابر است، مانند مواقعی که همکاران روزهای تعطیلی را با هم تعویض می‌کنند. اما در نوع تعمیم یافته رابطه‌ی تبادلی مداومی در جریان است که در همه حال یک‌طرفه و غیر متوازن است اما انتظارات متقابلی ایجاد می‌کند، مبنی بر این‌که سودی که اکنون اعطا می‌شود، بایستی در آینده بازپرداخت شود. به اعتقاد شیخی (۱۳۸۲) در فرآیند پیوسته مشارکت، اعضا در کلیه‌ی مراحل اعم از برنامه‌ریزی، تصمیم‌گیری، اجرا، نظارت، ارزشیابی و سهمیم شدن در منافع درگیر هستند و به اعتقاد مستعانی، (۱۳۷۸) و سیلواراجو (۱۳۸۴) از پیامدهای مشارکت پیدایش دموکراسی اقتصادی، احساس مسئولیت نسبت به امور



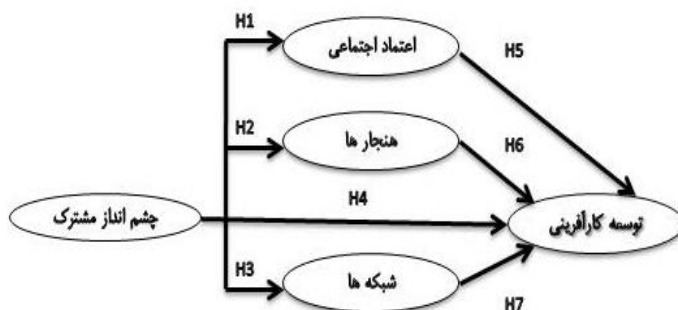
مربوط به خود و توسعه‌ی خودیاری و کمک متقابل در زمینه‌ی حل مسائل اجتماعی- اقتصادی، افزایش انسجام بیشتر و توسعه تعاونی‌ها است. بنابراین به باور نظام شهیدی و علیزاده اقدم (۱۳۸۷) جلب مشارکت و تقویت روحیه‌ی تعاون و همکاری در بین اعضا تعاونی‌ها و به باور طالب (۱۳۸۴) ارتقاء مشارکت دموکراتیک، آزادانه و دوطالبانه اعضا و بهبود سطح پذیرش مسئولیت اجتماعی در بین اعضا بر توسعه آن‌ها بسیار تأثیرگذار است. امینی و همکاران (۱۳۸۷) در نتیجه پژوهش خود این‌گونه عنوان نموده‌اند که میزان مشارکت اعضا در امور تعاونی در سطح معنی‌دار قابل قبول و در جهت مستقیم و فزاینده بر توسعه تعاونی‌ها مؤثر است. مطابق با تئوری‌ها و تحقیق‌های ذکر شده، فرضیه ششم پژوهش این‌گونه مطرح گردید.

فرضیه ششم: بین هنجارهای هم‌یاری به عنوان یکی از شاخص‌های سرمایه‌ی اجتماعی و توسعه‌ی کارآفرینی رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.

از دیگر ابعاد تأثیرگذار بر شکل‌گیری سرمایه‌ی اجتماعی، شبکه‌ها می‌باشد. پاتنام و گاس (۲۰۰۱) روابط اجتماعی افراد و تعاملات آنان را با یکدیگر را بنیادی‌ترین جزء سرمایه‌ی اجتماعی می‌دانند و شبکه‌ها را به عنوان خاستگاه دو مؤلفه دیگر سرمایه‌ی اجتماعی یعنی هنجارهای اعتماد و همیاری مطرح می‌کنند. آن‌ها با تفکیک شبکه‌های افقی یا "مساوات‌طلب" از شبکه‌های عمومی یا "انحصارطلب" نوع دوم را فاقد توان برقراری اعتماد و هنجارهای همیاری معرفی می‌کنند. از دیدگاه آن‌ها شبکه‌های افقی در قالب مشارکت‌های مدنی (انجمنها، باشگاه‌ها و احزاب و...) به دلیل ارایه چارچوب فرهنگی برای همکاری مولد هنجارهای اعتماد همیاری هستند. علاوه بر ساخت شبکه پاتنام بر فشردگی یا تراکم شبکه تأکید کرده و معتقد است فشردگی افزایش انجمن‌ها و امکان عضویت‌های متداخل و مشارکت در عرصه‌های چندگانه زندگی اجتماعی است. مطلبی قمی در این زمینه معتقد است مشاوره با سایرین توسط کارآفرینان؛ با متغیرهای دیگر سرمایه اجتماعی همبستگی معنادار و مستقیمی دارد (مطلبی قمی، ۱۳۸۷). رابرتسون و همکاران هم معتقدند که عدم موفقیت در کسب و کارهای جدید و کارآفرینانه به عدم وجود مشاوره‌ای و نداشتن آگاهی و مهارت‌های لازم برمی‌گردد (Robertson et al., 2003). لذا مهارت‌های مفید ارتباطی، از ویژگی‌های ضروری اعضا برای توسعه تعاونی‌های تولیدی است. فضای متحول تجاری و رشد تعاونی‌ها، نیاز اعضا به اطلاعات را دو چندان نموده بر این اساس ایجاد ارتباط با اعضای جدید، اعضای آینده، مراکز دولتی و مردم نیز همواره یک چالش بزرگ برای تعاونی‌ها بوده و خواهد بود (وزارت تعاون، ۱۳۸۵، الف) چرا که روابط اجتماعی، علاوه بر تأمین منابع با ارزش شامل منابع مالی، فیزیکی، نیروی کار، اطلاعات و... موجب ارتقا سرمایه‌ی اجتماعی برای اعضا گردیده و افزایش اعتبار آن‌ها را به ارمغان می‌آورد (Nahapiet & Goshal, 1998). نتایج پژوهش الیاسی و همکاران نیز گویای آن است که ابعاد چهارگانه‌ی شبکه‌ی اجتماعی بر تشخیص فرصت کارآفرینانه اثرگذار است (محمدی الیاسی و همکاران، ۱۳۹۰). شعبان‌علی قمی و همکاران نیز معتقدند موفقیت تعاونی‌ها با توانایی‌های ارتباطی آن‌ها مرتبط است (شعبان‌علی قمی و همکاران، ۱۳۸۵). به اعتقاد پرل و همکاران روابط میان افراد در شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهد که چگونه روابط قوی در مقابل روابط ضعیف به پیامدهای مختلفی از جمله (۱) نفوذ بیشتر در دیگران؛ (۲) به اشتراک گذاشتن دیدگاه‌های مشابه؛ (۳) حمایت عاطفی و کمک در مواقع اضطراری؛ (۴) ارتباط مؤثر مربوط به اطلاعات پیچیده و (۵) اعتماد بیشتر به یکدیگر منجر خواهد شد (Prell et al., 2007). بنابراین حفظ روابط با کیفیت بالای اعضا، مشتریان، عرضه‌کنندگان و اجتماع از نتایج کلیدی برای همه‌ی کارکنان است. کارکنان تعاونی‌ها بایستی ارتباط برقرارکننده‌های خودانگیز و متکی به نفس باشند، نیازهای دیگران (اعضا، کارکنان و مشتریان) را درک کنند و رضایت و کمال را در خدمت به دیگران بیابند (وزارت تعاون، ۱۳۸۳). امینی و همکاران نیز بر این باورند که میزان مشارکت اعضا در امور اجرایی تعاونی و مهارت مدیریت روابط بین فردی در تعاونی‌ها دارای اهمیت ویژه در موفقیت آن‌هاست (امینی و رضانی، ۱۳۸۵). در پژوهش جیمز و ایساک نیز از فقر و فقدان ارتباط بین اعضا و کشاورزان با عنوان فاکتور شکست یاد شده است (James & Isaac, 2005). محمدی الیاسی و همکاران نیز معتقدند که بعد از محتوای روابط اجتماعی، بیش‌ترین اثرگذاری مربوط به شیوه‌ای است که اطلاعات با آن در بین اعضای شبکه منتقل می‌شود - افرادی که کارآفرین با آن‌ها در مورد فرصت‌ها مشورت می‌کنند (منابع اجتماعی اطلاعات) - (محمدی الیاسی و همکاران، ۱۳۹۰). با توجه به پژوهش‌های مذکور، فرضیه هفتم این‌گونه پیشنهاد شد.



فرضیه هفتم: بین شبکه‌ها به عنوان یکی از شاخص‌های سرمایه‌ی اجتماعی و توسعه کارآفرینی رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد. در نهایت، با توجه به پیشینه پژوهش و چارچوب نظری پاتنام، چارچوب مفهومی ذیل ارائه شد:



شکل ۱. چارچوب مفهومی پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر کمی، به لحاظ هدف، از نوع کاربردی و به لحاظ میزان نظارت، درجه‌ی کنترل و نحوه‌ی گردآوری داده‌ها از نوع توصیفی-همبستگی است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه‌ای محقق ساخته بود که براساس هدف تحقیق طراحی و شامل ۷ قسمت: مشخصات فردی و گویه‌هایی براساس طیف لیکرت (۱= بسیار کم؛ ۲= کم؛ ۳= متوسط؛ ۴= زیاد؛ ۵= بسیار زیاد)، چشم-انداز مشترک (۵ گویه)؛ اعتماد اجتماعی (۷ گویه)؛ هنجارها (۵ گویه)؛ شبکه‌ها (۷ گویه)؛ توسعه کارآفرینی (۷ گویه)، با هدف تحلیل تأثیر چشم‌انداز مشترک بر ارتقاء سرمایه‌ی اجتماعی و توسعه کارآفرینی کشاورزی بود. تأیید روایی صوری و محتوایی آن از طریق پانل متخصصین انجام شد. جامعه آماری تحقیق دربرگیرنده‌ی اعضا تعاونی‌های تولیدی کشاورزی شهرستان کرمانشاه به تعداد ۲۱ واحد تولیدی با ۱۵۵ نفر عضو بود که براساس جدول کرجسی-مورگان ۱۱۰ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. برای اعتبارسنجی و تعیین میزان تطبیق و برازش داده‌های پژوهش و بررسی چارچوب مفهومی پژوهش، از روش مدل‌سازی معادله ساختاری با کاربرد نرم افزار AMOS استفاده گردید. مدل‌سازی معادله ساختاری محقق را به پیچیدگی-های زندگی اجتماعی (تأثیرگذاری مجموعه‌ای از متغیرها بر یکدیگر به طور یک سویه و دوسویه، مستقیم و غیر مستقیم) همچنین پیچیدگی‌های موجود در اندازه‌گیری سازه‌های پنهان فرهنگی-اجتماعی نزدیک کرده و بنابراین او را قادر به تحلیل کمی از پدیده‌های کیفی، و به لحاظ روش‌شناختی، دقیق‌تر و به لحاظ کاربردی واقع بینانه‌تر می‌سازد (قاسمی، ۱۳۹۰). با توجه به این‌که کای اسکویئر (X^2) مدل تابعی از حجم نمونه است بدین صورت که هر چه حجم نمونه بیشتر باشد آماره کای اسکویئر تمایل به نشان دادن یک سطح احتمال معنادار دارد، بنابراین بیشتر مدل‌های منطقی با داشتن حجم نمونه زیاد، در صورتی که فقط شاخص برازش کای اسکویئر مدنظر باشد، مورد تأیید قرار نمی‌گیرند. بر این اساس، در پژوهش حاضر برآورد شاخص (RMSEA) ریشه دوم میانگین مربعات خطای برآورد؛ (IFI) شاخص برازش افزایشی؛ (NFI) شاخص برازش هنجار شده بنتلر-بونت (TLI) شاخص توکر-لوئیس و (CFI) شاخص برازش تطبیقی، نیز انجام گرفت. در ادامه به منظور بررسی تأثیر چشم‌انداز مشترک (بین دو گروه دارای چشم‌انداز مشترک و فاقد چشم‌انداز مشترک) بر شاخص‌های سرمایه‌ی اجتماعی (اعتماد اجتماعی، هنجارها و شبکه‌ها) از تحلیل واریانس چند متغیره MANOVA با استفاده از نرم افزار SPSS بهره گرفته شد.



نتایج

در جدول شماره ۱ توزیع فراوانی مشخصات فردی و حرفه‌ای پاسخ‌گویان مطابق با اطلاعات پرسشنامه‌ها، براساس سن، سطح تحصیلات و وضعیت برنامه‌ریزی شغلی آورده شده است.

جدول ۱. توزیع فراوانی پاسخ‌گویان بر اساس مشخصات فردی و حرفه‌ای پاسخ‌گویان
($n = 110$)

سن	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۲۰ سال و کمتر	۱۲	۱۰/۹۱	۱۰/۹۱
۲۵ تا ۳۰ سال	۲۰	۱۸/۱۸	۲۹/۰۹
۳۰ تا ۳۵ سال	۳۰	۲۷/۲۷	۵۶/۳۶
۳۵ تا ۴۰ سال	۱۴	۱۲/۷۲	۶۹/۰۸
۴۰ تا ۴۵ سال	۱۲	۱۰/۹۱	۷۹/۹۹
۴۵ تا ۵۰ سال	۱۶	۱۴/۵۵	۹۴/۵۴
۵۰ سال و بالاتر	۶	۵/۴۶	۱۰۰
مجموع	۱۱۰	۱۰۰	
سطح تحصیلات	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
بی‌سواد	۱۲	۱۰/۹۱	۱۰/۹۱
ابتدایی	۱۴	۱۲/۷۲	۲۳/۶۳
راهنمایی	۳۰	۲۷/۲۷	۵۰/۹۰
دبیرستان	۳۲	۲۹/۱۰	۸۰/۰۰
بالاتر از دیپلم	۲۲	۲۰/۰۰	۱۰۰
مجموع	۱۱۰	۱۰۰	
وضعیت برنامه‌ریزی شغلی	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
دارای چشم‌انداز مشترک از آینده	۵۵	۵۰/۰۰	۵۰/۰۰
فاقد چشم‌انداز مشترک از آینده	۵۵	۵۰/۰۰	۱۰۰
مجموع	۱۱۰	۱۰۰	

منبع: یافته‌های پژوهش

بررسی ماتریس ضرایب همبستگی افراد دارای چشم‌انداز مشترک گویای این است که همبستگی مثبت و معنی‌داری در سطح خطای ۱٪ بین همه‌ی متغیرها، وجود دارد (جدول ۲). همین‌طور در افراد فاقد چشم‌انداز مشترک، (جدول ۳) نیز این‌گونه مشاهده می‌گردد که همبستگی مثبت و معنی‌داری در سطح خطای ۱٪ بین همه‌ی متغیرها، وجود دارد.

جدول ۲. ماتریس ضرایب همبستگی افراد دارای چشم‌انداز مشترک از آینده
($n = 55$)

متغیرها	توسعه	دارای	اعتماد	هنجارها	شبکه‌ها
توسعه کارآفرینی					
دارای چشم‌انداز مشترک از آینده	۰/۸۷**				
اعتماد اجتماعی	۰/۸۲**	۰/۷۷**			
هنجارها	۰/۷۹**	۰/۷۳**	۰/۶۱**		



شبکه‌ها	۰/۶۱**	۰/۶۱**	۰/۵۹**	۰/۶۰**
* معنی‌داری در سطح خطای ۵٪		** معنی‌داری در سطح خطای ۱٪		

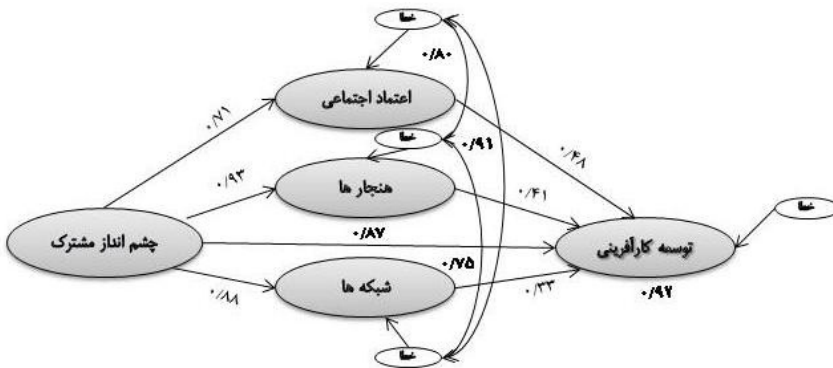
جدول ۳. ماتریس ضرایب همبستگی افراد فاقد چشم‌انداز مشترک از آینده
(n = ۵۵)

متغیرها	توسعه	دارای	اعتماد	هنجارها	شبکه‌ها
توسعه کارآفرینی					
فاقد چشم‌انداز مشترک از آینده	۰/۶۲**				
اعتماد اجتماعی	۰/۷۲**	۰/۶۸**			
هنجارها	۰/۵۲**	۰/۵۹**	۰/۶۲**		
شبکه‌ها	۰/۴۱**	۰/۵۰**	۰/۵۲**	۰/۵۵**	
* معنی‌داری در سطح خطای ۵٪		** معنی‌داری در سطح خطای ۱٪			

به منظور بررسی چارچوب مفهومی پژوهش، از روش مدل‌سازی معادله ساختاری با کاربرد نرم افزار AMOS استفاده گردید. بر اساس جدول ۴ و نمودار ۱ مربوط به افراد دارای چشم‌انداز مشترک از آینده، مشاهده می‌شود که بیشترین اثر مستقیم مثبت و معنی‌دار بر توسعه کارآفرینی به ترتیب به چشم‌انداز مشترک از آینده (۰/۸۷) اعتماد اجتماعی (۰/۴۸)، هنجارها (۰/۴۱) و شبکه‌ها (۰/۳۳) اختصاص یافته است. بر همین اساس چشم‌انداز مشترک از آینده، از طریق اعتماد اجتماعی (۰/۳۴)، هنجارها (۰/۳۸) و شبکه‌ها (۰/۲۸) نیز اثرات غیرمستقیمی در توسعه کارآفرینی داشته است. به طور کلی ۰/۹۲ از تغییرات مربوط به توسعه کارآفرینی با این متغیرها تبیین می‌گردد و بر اساس جدول ۵ و نمودار ۲ مربوط به افراد فاقد چشم‌انداز مشترک، مشاهده می‌شود که بالاترین اثر مستقیم مثبت و معنی‌دار بر توسعه کارآفرینی به ترتیب به چشم‌انداز مشترک از آینده (۰/۶۳) اعتماد اجتماعی (۰/۴۱)، هنجارها (۰/۳۴) و شبکه‌ها (۰/۲۸) اختصاص دارد. همچنین چشم‌انداز مشترک از آینده، از طریق اعتماد اجتماعی (۰/۳۱)، هنجارها (۰/۱۸) و شبکه‌ها (۰/۱۳) دارای اثرات غیرمستقیمی در توسعه کارآفرینی بوده است و به طور کلی ۰/۸۸ از تغییرات مربوط به توسعه کارآفرینی با متغیرهای مذکور قابل تبیین است. با توجه به شاخص‌های کلی برازش می‌توان بیان نمود که مدل در بین دو گروه پژوهش، از برازش مناسبی برخوردار می‌باشد (IFI=0/93; TLI=0/93; CFI= 0/95; RMSEA= 0/03) کوچک، Sig> ۰/۰۵؛ ریشه دوم میانگین مربعات خطای برآورد، به عنوان شاخص بدی برازش - تغییر بین صفر و یک - هرچه کمتر باشد و مقادیر سایر شاخص‌ها - شاخص‌های تطبیقی -، بیشتر از ۰/۹ باشد، مورد تأیید است و از برازش مناسبی برخوردار است.

جدول ۴. تجزیه اثرات متغیرها (مستقیم، غیرمستقیم و کل) بر توسعه کارآفرینی
در افراد دارای چشم‌انداز مشترک از آینده (n = ۵۵)

وابسته	مستقل	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	اثر کل
توسعه کارآفرینی	چشم‌انداز مشترک از آینده	۰/۸۷	-	۰/۸۷
	اعتماد اجتماعی	۰/۴۸	۰/۳۴	۰/۸۲
	هنجارها	۰/۴۱	۰/۳۸	۰/۷۹
	شبکه‌ها	۰/۳۳	۰/۲۸	۰/۶۱
اعتماد اجتماعی	چشم‌انداز مشترک از آینده	۰/۷۱	-	۰/۷۱
	هنجارها	۰/۹۳	-	۰/۹۳
	شبکه‌ها	۰/۸۵	-	۰/۸۵



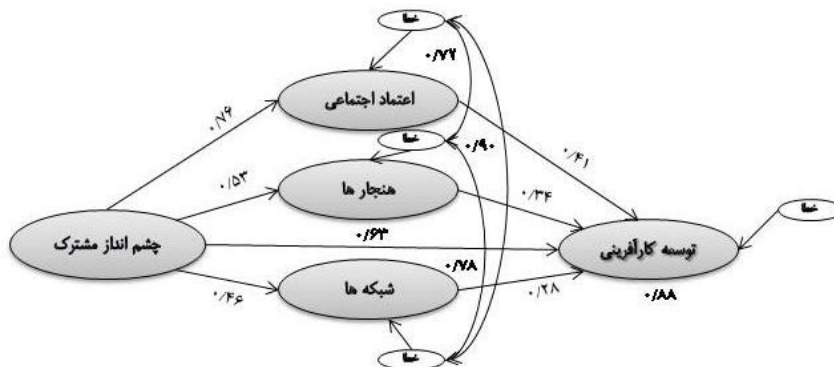
نمودار ۱. مدل مسیر افراد دارای چشم انداز

مشترک از آینده

جدول ۵. تجزیه اثرات متغیره (مستقیم، غیرمستقیم و کل) بر توسعه کارآفرینی در افراد فاقد چشم انداز مشترک از آینده (n = ۵۵)

وابسته	مستقل	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	اثر کل
توسعه کارآفرینی	چشم انداز مشترک از آینده	۰/۶۳	-	۰/۶۳
	اعتماد اجتماعی	۰/۴۱	-۰/۳۱	۰/۷۲
	هنجارها	۰/۳۴	-۰/۱۸	۰/۵۲
	شبکه ها	۰/۲۸	-۰/۱۳	۰/۴۱
اعتماد اجتماعی	چشم انداز مشترک از آینده	۰/۷۶	-	۰/۷۶
	هنجارها	۰/۵۳	-	۰/۵۳
	شبکه ها	۰/۴۶	-	۰/۴۶

منبع: یافته های پژوهش



نمودار ۲. مدل مسیر افراد فاقد چشم انداز مشترک از آینده



به منظور بررسی تأثیر چشم‌انداز مشترک بر سرمایه‌ی اجتماعی، آزمون تحلیل واریانس چند متغیره بین دو گروه دارای چشم‌انداز مشترک و فاقد چشم‌انداز مشترک، با استفاده از نرم افزار SPSS انجام گردید. با توجه به این که یکی از مفروضات تحلیل واریانس چند متغیره، برابری ماتریس کوواریانس‌های دو گروه است، فقط در صورتی که دو گروه تعداد نمونه یکسانی داشته باشند، صرف‌نظر از پیش فرض مذکور ممکن خواهد بود. بنابراین تعداد مساوی ۵۵ نفر برای هر گروه در نظر گرفته شد. براساس نتایج تحلیل واریانس چند متغیره، تفاوت معنی‌داری بین دو گروه مورد مطالعه وجود دارد ($Wilks\ \lambda=1/53; F=229/28; P<0/00$). همچنین Partial Eta Square به عنوان بهترین معیار اندازه اثر، به منظور تعیین میزان تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته نشان می‌دهد که ۸۵ درصد از کل واریانس متغیرهای وابسته توسط تفاوت بین دو گروه مورد مطالعه تبیین شده است، به عبارتی می‌توان چنین استنباط نمود که تفاوت دو گروه از نظر متغیرهای وابسته معنی‌دار است.

جدول ۶. تفاوت تأثیر چشم‌انداز مشترک بر سرمایه‌ی اجتماعی بین دو گروه

دارای چشم‌انداز مشترک و فاقد چشم‌انداز مشترک

F	متغیرهای مستقل				متغیرهای وابسته
	فاقد چشم‌انداز مشترک (n=۵۵)		دارای چشم‌انداز مشترک (n=۵۵)		
	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	
۳۲/۲۹**	۰/۸۴۴	۳/۷۲	۰/۴۰۰	۴/۸۸	اعتماد اجتماعی
۲۸/۵۵**	۰/۷۸۲	۳/۵۸	۰/۴۹۷	۴/۸۰	هنجارها
۲۵/۲۸**	۰/۶۱۹	۳/۳۱	۰/۵۱۰	۴/۷۵	شبکه‌ها

** معنی‌داری در سطح خطای ۱٪

* معنی‌داری در سطح خطای ۵٪

بر اساس جدول ۶، تفاوت معنی‌داری بین دو گروه دارای چشم‌انداز مشترک و فاقد چشم‌انداز مشترک بدست آمد. بنا بر این که میانگین‌های تمامی متغیرها برای افراد دارای چشم‌انداز مشترک بیشتر از افراد فاقد چشم‌انداز مشترک است (۴/۷ به بالا از ۵) می‌شود این گونه استنباط نمود که افراد دارای چشم‌انداز مشترک از سرمایه اجتماعی بیشتری برخوردار بوده و با بهره‌مندی از اعتماد اجتماعی، هنجارها و شبکه‌ها در راستای توسعه فعالیت‌های تعاونی خود بیشتر کوشیده‌اند. به طور کلی نتایج نشان می‌دهد که تمام فرضیات پژوهش مورد تأیید است.

بحث

در پژوهش حاضر با توجه به تأثیر چشم‌انداز مشترک از آینده بر شکل‌گیری و ارتقاء سرمایه‌ی اجتماعی و به دنبال آن توسعه کارآفرینی کشاورزی، بر اساس چارچوب نظری پاتنام به تحلیل این اثرات پرداخته شد. هدف کلی پژوهش، تحلیل تأثیر چشم‌انداز مشترک بر ارتقاء سرمایه‌ی اجتماعی در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی، به عنوان یکی از بسترهای مهم کارآفرینی بود. بررسی چارچوب پژوهش، با استفاده از روش مدل‌سازی معادله ساختاری در افراد دارای چشم‌انداز مشترک، با نشان دادن اثرات مستقیم غیرمستقیم متغیرها گویای آن است که ۰/۹۲ از تغییرات مربوط به توسعه کارآفرینی با این متغیرها قابل تبیین است و در افراد فاقد چشم‌انداز مشترک، با نشان دادن اثرات مستقیم غیرمستقیم متغیرها بیان گر آن است که ۰/۸۸ از تغییرات مربوط به توسعه کارآفرینی با این متغیرها تبیین می‌گردد. به طور کلی با توجه به شاخص‌های کلی برازش می‌توان بیان نمود که مدل در بین دو گروه مورد مطالعه، از برازش خوبی برخوردار است.

آزمون تحلیل واریانس چند متغیره بین دو گروه دارای چشم‌انداز مشترک و فاقد چشم‌انداز مشترک، به منظور بررسی تأثیر چشم‌انداز مشترک بر سرمایه‌ی اجتماعی تفاوت معنی‌داری بین دو گروه مورد مطالعه را نشان می‌دهد و بر اساس اندازه اثر، مشخص می‌شود



که ۸۵ درصد از کل واریانس متغیرهای وابسته توسط تفاوت بین دو گروه مورد مطالعه تبیین شده است و تفاوت دو گروه از نظر متغیرهای وابسته معنی دار است. به عبارتی می توان این چنین استنباط نمود که افراد دارای چشم انداز مشترک با اعتقاد به یک آینده واقع گرایانه و آرمان دست یافتنی با انرژی زیاد، به ارتقاء سرمایه اجتماعی در تعاونی خود اهمیت بیشتری داده و با تصویری مطلوب از آینده با بهره مندی از اعتماد اجتماعی، هنجارها و شبکه ها در راستای حمایت و تحقق استراتژی های توسعه تعاونی خود بیشتر تلاش نموده اند. این در حالی است که افراد فاقد چشم انداز مشترک به دلیل عدم برنامه ریزی های منسجم و فقدان دورنمای مشخص از آینده چندان تمایلی، به ارتقاء سرمایه اجتماعی در تعاونی خود نداشته لذا در جهت توسعه تعاونی خود چندان نکوشیده اند. به عبارتی چشم انداز مشترک تأثیر بسزایی بر ارتقای سرمایه اجتماعی و به تبع آن توسعه واحدهای کارآفرینی دارد. نتایج آزمون فرضیه ها نشان می دهد که:

بین چشم انداز مشترک و توسعه کارآفرینی در سطح ۹۹ درصد اطمینان رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد. میزان همبستگی بین این دو متغیر ۰/۷۵ است، یعنی چشم انداز مشترک ۷۵ درصد از تغییرهای مربوط به توسعه کارآفرینی را تبیین می کند و جهت مثبت همبستگی نیز گویای آن است که با افزایش چشم انداز مشترک، توسعه کارآفرینی نیز افزون می گردد و بالعکس. سازگار با عقیده رستمی شهر بابکی (۱۳۸۸) که معتقد است وجود تصویر مشترک از آینده توانایی افراد را در ساختارهای اجتماعی افزایش می دهد. همسو با نتیجه پژوهش کرمی (۱۳۸۹) که معتقد است وجود تصویر مشترک از آینده به میزان خیلی زیاد در توسعه و موفقیت تعاونی ها تأثیر گذار است.

بین چشم انداز مشترک و اعتماد اجتماعی در سطح خطای ۱٪ رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد. میزان همبستگی بین این دو متغیر ۰/۷۴ است، یعنی چشم انداز مشترک ۷۴ درصد از تغییرهای مربوط به اعتماد اجتماعی را تبیین می کند و جهت مثبت همبستگی نیز بیانگر آن است که با افزایش چشم انداز مشترک، اعتماد اجتماعی نیز افزایش می یابد و بالعکس. رستمی شهر بابکی (۱۳۸۸) هم تأثیر اعتماد متقابل و وجود تصویر مشترک از آینده را بر افزایش توانایی افراد را در ساختارهای اجتماعی تأیید نموده است. Bruynis et al (2001) هم میزان اعتماد متقابل بین اعضا را در ارتقای تعاونی ها تأثیر گذار می دانند.

بین چشم انداز مشترک و هنجارها در سطح ۹۹ درصد اطمینان رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد. میزان همبستگی بین این دو متغیر ۰/۷۲ است، یعنی چشم انداز مشترک ۷۲ درصد از تغییرهای مربوط به هنجارها را تبیین می کند و جهت مثبت همبستگی نشان می دهد که با افزایش چشم انداز مشترک، هنجارها بیشتر می گردد و بالعکس. سازگار با نتیجه این پژوهش، طالب (۱۳۸۴) نیز بر این باور است که توسعه و موفقیت تعاونی ها به مشارکت و بهبود سطح پذیرش مسئولیت اجتماعی در بین اعضا بستگی دارد. نظام شهیدی (۱۳۷۸) نیز معتقد است جلب مشارکت و تقویت روحیه تعاون و همکاری در بین اعضا تعاونی ها، تأثیر فراوانی در موفقیت آن ها دارد. Hakelius (1996) هم معتقد است که حسن نیت، وفاداری اعضا که تحت تأثیر عقاید و ادراکات و بینش آن ها است، در سمت گیری فعالیت ها و موفقیت آن ها مؤثر است (James & Isaac (2005) معتقدند که نادرستی و خیانت توسط اعضا و نماینده ها از جمله فاکتورهای شکست تعاونی هاست.

بین چشم انداز مشترک و شبکه ها در سطح خطای ۱٪ رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد. میزان همبستگی بین این دو متغیر ۰/۶۷ است، یعنی چشم انداز مشترک ۶۷ درصد از تغییرهای مربوط به شبکه ها را تبیین می کند و جهت مثبت همبستگی نیز بیانگر آن است که با افزایش چشم انداز مشترک، شبکه ها نیز گسترش یافته و بالعکس. ارتباط با تعاونی های دیگر و استفاده از تجارب آن ها و در اختیار گذاشتن تجارب مفید خود با تعاونی های دیگر موجب تشویق به انسجام بیشتر و شکل گیری برنامه ریزی و چشم انداز مشترک در بین اعضا می گردد. Robertson (2003) هم عدم موفقیت در کسب و کارهای جدید و کارآفرینانه را به عدم وجود خدمات مشاوره ای و نداشتن آگاهی نسبت می دهد.

بین اعتماد اجتماعی و توسعه کارآفرینی در سطح ۹۹ درصد اطمینان رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد. میزان همبستگی بین این دو متغیر ۰/۶۲ است، یعنی اعتماد اجتماعی ۶۲ درصد از تغییرهای مربوط به توسعه کارآفرینی را تبیین می کند و جهت همبستگی نیز گویای آن است که با افزایش اعتماد اجتماعی، توسعه کارآفرینی نیز افزون می گردد و بالعکس. سازگار با نتیجه این پژوهش،



Bruynis et al (2001) هم معتقدند که میزان اعتماد متقابل بین اعضا در ارتقای تعاونی‌ها تأثیرگذار است. رستمی شهر بابکی (۱۳۸۸) ارتباط بین اعتماد متقابل و افزایش توانایی و در نتیجه توسعه را تأیید می‌نماید.

بین هنجارها و توسعه کارآفرینی در سطح خطای ۱٪ رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد. میزان همبستگی بین این دو متغیر ۰/۵۸ است، یعنی هنجارها ۵۸ درصد از تغییرهای مربوط به توسعه کارآفرینی را تبیین می‌کند و جهت مثبت همبستگی نشان می‌دهد که با افزایش هنجارها، توسعه کارآفرینی نیز افزایش می‌یابد و بالعکس. نظام‌شهبیدی (۱۳۷۸) هم مشارکت و تقویت روحیه‌ی تعاون و همکاری در بین اعضا تعاونی‌ها، را دارای تأثیر فراوانی در توسعه و موفقیت آن‌ها می‌داند. طالب (۱۳۸۴) نیز رابطه مثبت بین توسعه تعاونی‌ها و مشارکت و بهبود سطح پذیرش مسئولیت اجتماعی را تأیید نموده است. Hakelius (1996) حسن نیت، وفاداری اعضا تحت تأثیر عقاید و ادراکات و بینش آن‌ها، در سمت‌گیری فعالیت‌ها و توسعه آن‌ها اثرگذار می‌داند.

بین شبکه‌ها و توسعه کارآفرینی در سطح ۹۹ درصد اطمینان رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد. میزان همبستگی بین این دو متغیر ۰/۴۵ است، یعنی شبکه‌ها ۴۵ درصد از تغییرهای مربوط به توسعه کارآفرینی را تبیین می‌کند و جهت مثبت همبستگی نیز بیان‌گر آن است که با افزایش شبکه‌ها، توسعه کارآفرینی نیز افزون می‌گردد و بالعکس. وزارت تعاون (۱۳۸۵، الف) مهارت‌های مفید ارتباطی اعضا را از ویژگی‌های ضروری برای توسعه و موفقیت تعاونی‌های تولیدی می‌داند. همچنین کارکنان تعاونی‌ها بایستی ارتباط برقرارکننده‌های خودانگیز و متکی به نفس باشند، نیازهای دیگران را درک کنند، رضایت و کمال را در خدمت به دیگران بیابند، تمایل به مشارکت، یادگیری، ارتقا و پیشرفت دانش شخصی داشته باشند، تا موفق شوند (وزارت تعاون، ۱۳۸۵ ب) از طرفی آگاهی نسبت به بازارهای جهانی و توجه به نظرات جامعه و تعامل با جامعه به عنوان سرمایه‌های اجتماعی مؤثر بر توسعه کارآفرینی در تعاونی تولیدی عنوان گردیده‌اند. Robertson (2003) نیز عدم موفقیت در کسب و کارهای جدید و کارآفرینانه را به عدم وجود خدمات مشاوره‌ای و نداشتن آگاهی نسبت می‌دهد.

با روشن شدن نقش ویژه چشم‌انداز مشترک بر ارتقاء سرمایه اجتماعی و پیشبرد اهداف کارآفرینی در تعاونی تولیدی، لزوم برنامه‌ریزی بیش از گذشته، محرز می‌گردد. دو راه‌کار بنیادی پیشنهاد می‌گردد:

- ✓ توانمندسازی اعضا تعاونی‌های تولیدی کشاورزی به منظور ایجاد تصویر مشترک از آینده در آغاز تأسیس تعاونی؛
- ✓ ایجاد و راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی به منظور مبادله تجربیات و گسترش سرمایه‌ی اجتماعی در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی.

منابع

۱. امینی، ا. رضانی، م. (۱۳۸۵). "بررسی علل و میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی مرغداران تهران در استان‌های مازندران و گلستان". مجله علمی- پژوهشی علوم کشاورزی و منابع طبیعی، سال ۱۳، شماره ۲ (پیاپی ۵۲)، خرداد و تیر. صص ۱۲۳-۱۳۳.
۲. امینی، ا. زینل همدانی، ع. رضانی، م. (۱۳۸۷). "ارزیابی مهم‌ترین مؤلفه‌های درون سازمانی در موفقیت شرکت‌های تعاونی مرغداران تهران". مجله علوم و فنون کشاورزی و منابع طبیعی. سال ۱۲، شماره ۴۳ (الف)، بهار ۱۳۸۷. صص ۲۹۵-۲۸۵.
۳. انصاری، ح. (۱۳۸۰). "نقش تعاونی‌ها در گذر از تولید معیشتی به تولید تجاری در بخش کشاورزی". تهران: سمینار کشاورزی ایران و بازارهای جهانی، صص ۱۶۵-۱۵۳.
۴. پورسعید، ع؛ مرادنژادی، ه؛ عادل پور، ز. (۱۳۹۲). عامل‌های مؤثر بر موفقیت کارآفرینان روستایی در آموزش کشاورزان کرمانشاه. فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی. شماره ۲۴، بهار ۱۳۹۲. صص ۹۲-۸۲.
۵. رستمی شهر بابکی، ح. (۱۳۸۸). تعاون و سرمایه اجتماعی. تهران: فرهنگ دهخدا.



۶. سنگه و همکاران. (۱۳۸۸). پنجمین فرمان در میدان عمل، ترجمه: مهدی خادمی گراشی و مسعود سلطانی و عباس رستگار. چاپ اول، تهران: انتشارات آسیا.
۷. سیلواراجو، آر. (۱۳۸۴). "بی تفاوتی اعضا و عوامل مؤثر بر عدم مشارکت آن‌ها در فعالیت تعاونی". ماهنامه تعاون، بهمن، شماره ۱۷۳، صص ۳۲-۳۰.
۸. شعبانعلی فمی، ح. چوپچیان، ش. رحیمزاده، م. رسولی، ف. (۱۳۸۵). "شناخت و تحلیل سازه‌های موفقیت شرکت‌های تعاونی زنان در ایران". فصلنامه علمی- پژوهشی مطالعات زنان. سال ۴، شماره ۲، تابستان و پاییز. صص ۱۰۹-۸۹.
۹. شیخی، م. (۱۳۸۲). "بررسی عوامل مؤثر در مشارکت اعضای تعاونی‌های کشاورزی". ماهنامه اقتصادی- اجتماعی و فرهنگی تعاون، شماره ۱۴۷، آبان و آذر، صص ۴۶-۴۲.
۱۰. شیرزادی، ح. (۱۳۸۲). بررسی دیدگاه‌های دانشگاهیان علامه طباطبایی نسبت به عواملی که بر میزان و ارتقای بهره‌وری در تعاونی‌های مصرف دانشگاه نقش دارند، تهران: دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی.
۱۱. طالب، م. (۱۳۸۴). اصول و اندیشه‌های تعاونی. انتشارات: دانشگاه تهران.
۱۲. عباسی، ح. (۱۳۷۹). بررسی عوامل مؤثر در گرایش افراد به ایجاد تشکل‌های تعاونی در کهگیلویه و بویر احمد. اداره تعاون استان.
۱۳. علوی تبار، ع. (۱۳۷۹). مشارکت در اداره امور شهرها، بررسی الگوی مشارکت شهروندان در اداره امور شهرها (تجارب جهانی و ایران). انتشارات سازمان شهرداری‌های کشور.
۱۴. کدیور، پ. (۱۳۸۶). روانشناسی تربیتی. تهران: انتشارات سمت.
۱۵. کرمی، ش. (۱۳۸۹). واکاوای عوامل تأثیرگذار بر موفقیت شرکت تعاونی برتر سال ۱۳۸۸ تعاونی ۹۴۲ شفق (نهلستان سلیمی) شهرستان صحنه. میکروپروژه وزارت تعاون، اداره کل تعاون استان کرمانشاه.
۱۶. محمدی الیاسی، ق. رکنی، ن. طیبی، ک. (۱۳۹۰). "نقش شبکه‌های اجتماعی در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی". فصلنامه علمی- پژوهشی توسعه کارآفرینی، سال سوم، شماره یازدهم، صص ۲۶-۷.
۱۷. مستغانی، م. (۱۳۷۸). "رضایت اعضا کلید موفقیت تعاونی‌ها". ماهنامه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تعاون، دوره جدید شماره ۹۸، آبان، صص ۵-۴.
۱۸. مطلبی قمی، م. (۱۳۸۷). ارزیابی سرمایه اجتماعی در شرکت‌های مستقر در مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری دانشگاه- های دولتی شهر تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تهران، دانشکده مدیریت، گروه مدیریت.
۱۹. مقیمی، م. زالی، م. (۱۳۷۹). بررسی موانع کارآفرینی در صنعت کشور و ارائه راه کارهای اساسی جهت توسعه کارآفرینی. جهاد دانشگاهی.
۲۰. نظام‌شپیدی، م. علی‌زاده اقدم، ر. (۱۳۷۸). اصول مدیریت تعاونی‌ها. تهران: نشر لادن.
۲۱. وزرات تعاون، معاونت تحقیقات، آموزش و ترویج، دفتر آموزش. (۱۳۸۳). پیشرفت و توسعه تعاونی‌ها. ترجمه: اصغر بیات، تهران: انتشارات پایگان.
۲۲. وزرات تعاون، معاونت تحقیقات، آموزش و ترویج. (۱۳۸۵ الف). اصول و رویکردهای تعاون در قرن بیست و یکم. ترجمه: مرجانه سلطانی، تهران: انتشارات پایگان.
۲۳. وزارت تعاون معاونت تحقیقات آموزش و ترویج. (۱۳۸۵ ب). مدیریت منابع انسانی در تعاونی‌ها- نظریه، فرآیند و اجرا. ترجمه: اصغر بیات، تهران: انتشارات پایگان .
24. Bruynis, C, Goldsmith, P. D, Hahn, D. E. & Taylor, W. J (2001). "Critical Success Factors for Emerging Agricultural Marketing Cooperatives", Journal of Cooperatives. National Council of Farmer Cooperatives, Washington, DC, 16 (2001). Pp: 14-24.



25. Dyer, J. H. Singh, H (1998). "The relational view: cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage". *Academy of Management Review*, 23: 660–679.
26. Field, J (2007). *Social capital*. Translated by Gholamreza Ghaffari and Hossein Ramezani. Tehran: Kavir Publications.
27. Fukuyama, F (2000). *Social capital and maintain appropriate*. Translated by Gholamabbas Tavassoli. Tehran: Iranian Society.
28. Hakelius, K (1996). Cooperative Values–farmer's Cooperatives in the Minds of the Farmers. Unpublished doctoral **dissertation**, Swedish University of Agricultural Sciences.
29. James, k. N & Isaac K (2005). An Analysis of Success, Failure and Demand Factors of Agricultural Cooperatives in Kenya. Strategies and Analysis for Growth and Access. February, 2005.
30. Josef, Errol E., & Winston, Bruce E (2005). "A correlation of servant leadership, leader trust, and organizational trust", *Leadership and Organization Development Journal*, 26(1). 6-22.
31. Molleman, E., Broekhuis, M. (2001) "Socotechnical SYSTEMS: Towards an organizational Learning approach", *Journal of Engineering and Technology Management*, 18, PP, 271-294.
32. Nahapiet, J., & Ghoshal, S (1998). 'Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage', *The Academy of Management Review*, 23(2), 242- 266.
33. Prell, C. Hubacek, K. Reed, M (2007). Stakeholder Analysis and Social Network Analysis in Natural Resource Management. Sustainability Research Institute (SRI), School of Earth and Environment, the University of Leeds, Leeds, LS2 9JT, United Kingdom. August, 2007. No. 06.
34. Putnam, R.D., and Goss, K.A (2002). *Introduction In: Putnam (ed.), Democracies in Flux, The Evolution of Social Capital in Contemporary Society*. Oxford University Press.
35. Robertson, M. et al (2003). "Barriers to start-up and their effect on aspirant entrepreneurs", *Education & Training*, Vol. 45, N. 6. Pp: 308-316.
36. Tsai W (2000). "Social Capital, Strategic Relatedness and the Formation of Intraorganizational Linkages", *Strategic Management Journal*, Vol. 21, No. 9, Pp. 925-939.

Analysis of Effect Shared Vision on Enhance of Social Capital in agricultural Entrepreneurship Development

Shohreh karami^{*1}, Amirhossein Alibaygi²

¹ PhD of agriculture development, Razi University and Young Researchers and Elite Club member, Kermanshah Science and Research Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran

² Associated professor of agriculture extension and development, Razi University

Abstract

Social capital as the set the value of informal, like facilitator, by creates trust, shared norms and linkage between members of a group, caused the development of teamwork. In addition existence shared vision of the future in group, assemble appropriate context of formation and enhance Social capital. Thus this study was done aimed to analysis of effect shared vision on enhance of social capital in entrepreneurship development. Population of the study Consisted agricultural producers' cooperatives in Kermanshah County. Random samples were used to select 110 members of these cooperatives. Methodology of the study was descriptive correlational and information gathered through questionnaire. In order to validity and determine the deal of comparison and fit of model structural equation modeling was used AMOS software. In order to analysis of effect shared vision on enhance of social capital by using of multivariate analysis of variance (between groups with and without a share vision) was used SPSS software. Based on the findings of research were supported research assumptions, significant and positive linkage of shared vision with (social trust, norms and networks) as indexes social capital, also significant and positive linkage of social trust, norms and networks in entrepreneurial development .

Key Words: Shared Vision, Social Capital, Entrepreneurship.