

تعاون و کشاورزی، سال چهارم، شماره ۱۴، تابستان ۱۳۹۴

تحلیل تأثیر چشم‌انداز مشترک بر ارتقای سرمایه اجتماعی در توسعه کارآفرینی کشاورزی

شهره کرمی^{۱*}، امیرحسین علی بیگی^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱۰/۲۹ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۳/۲۷

چکیده

پژوهش حاضر با هدف تحلیل تأثیر چشم‌انداز مشترک بر ارتقای سرمایه اجتماعی در توسعه کارآفرینی کشاورزی انجام گرفت. جامعه آماری تحقیق در برگیرنده اعضای تعاونی‌های تولیدی کشاورزی شهرستان کرمانشاه به تعداد ۱۵۲ نفر بود که ۱۱۰ نفر بر اساس جدول کرجسی مورگان به روش نمونه‌گیری تصادفی به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. روش پژوهش توصیفی-همبستگی و ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه بود که روایی آن از طریق پانل متخصصان و پایایی آن با پیش‌آزمون و ضریب آلفای کرونباخ تأیید شد. 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 سرمایه اجتماعی از تحلیل واریانس چندمتغیره MANOVA (بین دوگروه دارای چشم‌انداز مشترک و فاقد چشم‌انداز مشترک) با استفاده از نرم افزار SPSS بهره گرفته شد. بر اساس یافته‌ها، فرضیات پژوهش مبنی بر وجود رابطه معنی‌دار بین چشم‌انداز مشترک از آینده و شاخص‌های سرمایه اجتماعی (اعتماد اجتماعی، هنجارها و شبکه‌ها) در توسعه کارآفرینی کشاورزی و همچنین وجود رابطه معنی‌داری بین اعتماد اجتماعی، هنجارها و شبکه‌ها در توسعه کارآفرینی کشاورزی مورد تأیید قرار گرفت.

واژه‌های کلیدی: چشم‌انداز مشترک، سرمایه اجتماعی، کارآفرینی کشاورزی، مدل معادله ساختاری

۱. دانشجوی دکتری توسعه کشاورزی، دانشگاه رازی کرمانشاه

E-mail: shohrehkarami20@gmail.com

* نویسنده مسئول

۲. دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه رازی کرمانشاه

مقدمه

امروزه در کنار سرمایه‌های انسانی و اقتصادی، سرمایه دیگری به نام سرمایه اجتماعی^۱ مورد توجه قرار گرفته است. سرمایه اجتماعی، یا بُعد 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 امکان‌پذیر سازد. به اعتقاد فوکویاما (Fukuyama, 2000) و فیلد (Field, 2007)، این سرمایه مجموعه‌ای از هنجارها یا ارزش‌های غیررسمی در سیستم‌های اجتماعی است که سطح همکاری اعضای جامعه را تقویت می‌کند و در واقع منبعی از انتظارات دوطرفه است که با شبکه‌های گسترده‌تر، اعتماد و ارزش‌های مشترک شکل می‌گیرد و بالاتر از افراد قرار می‌گیرد. پاتنام (Putnam, 1993) سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از ویژگی‌های زندگی اجتماعی، مانند شبکه‌های هنجاری و اعتمادی که می‌تواند بر پیشبرد اهداف مشترک اثرگذار باشد می‌داند؛ به عبارتی، سرمایه اجتماعی روابط اجتماعی همراه با هنجارها و اعتماد است. از دیدگاه پاتنام، سرمایه اجتماعی آن دسته از ویژگی‌های سازمان اجتماعی است که هماهنگی و همکاری را برای منفعت متقابل تسهیل می‌کند و کارایی را بهبود می‌بخشد. این ویژگی‌ها عبارت‌اند از: شبکه‌ها، هنجارها و اعتماد اجتماعی (ایمانی جاجرمی، ۱۳۸۰). لذا مدیریت این سرمایه عظیم در تعاونی‌ها فرایندهای تجاری و اجتماعی در تعاونی را جهت دسترسی بهتر و تقویت سرمایه معنوی و مدیریت دانش تسهیل می‌کند و در نهایت سبب ارتقای 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 سرمایه اجتماعی و به تبع آن بر توسعه کارآفرینی، بر اساس نظرات پاتنام، هدف کلی پژوهش حاضر تحلیل تأثیر چشم‌انداز مشترک بر ارتقای سرمایه اجتماعی در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی، به عنوان یکی از بسترهای مهم کارآفرینی، است.

1. Social Capital

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

چشم‌انداز مشترک^۱ از آینده از جمله ابعادی است که زمینه شکل‌گیری و تقویت سرمایه اجتماعی را در فعالیتهای جمعی فراهم می‌آورد. محققان همواره سه عامل اصلی را در هدایت سازمان‌ها لازم می‌دانند: ۱- تعیین چشم‌انداز روشن و مسیر توفیق‌طلبی توسط مدیران، ۲- آموزش و تجهیز افراد به منظور تمرکز بر چشم‌انداز و مسیر مشترک مورد توافق و 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 ارائه یک تصویر مطلوب و آرمان قابل دستیابی است که منظر و دورنمایی در افق بلندمدت را فراروی مدیریت قرار می‌دهد (مبینی دهکردی، 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)؛ به عبارتی، چشم‌انداز مشترک حاصل یادگیری جمعی است که در سطح راهبردی سازمان ایجاد می‌شود و شرط یادگیری در سطح عملیاتی است (Molleman & Broekhuis, 2001). رستمی شهریبابکی (۱۳۸۸) نیز بر این باور است که وجود تصویر مشترک از آینده در کارهای گروهی موجب افزایش توانایی افراد در ساختارهای اجتماعی می‌گردد. وی معتقد است سرمایه 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. مطلبی قمی (۱۳۸۷) نیز چشم‌انداز مشترک را موجب شکل‌گیری سرمایه اجتماعی می‌داند. او به نقل از فلورا، بیان نموده که سرمایه اجتماعی حاصل پدیده‌های «اعتماد متقابل»، «تعاملات اجتماعی»، «گروه‌های اجتماعی»، «احساس هویت جمعی»، «چشم‌انداز مشترک» و «کار گروهی» است. کرمی (۱۳۸۹) نیز در واکاوی عوامل تأثیرگذار بر موفقیت شرکت‌های تعاونی برتر نشان داده است که وجود تصویر مشترک از آینده در شکل‌گیری سرمایه اجتماعی تأثیر زیاد دارد.

1. Shared Vision

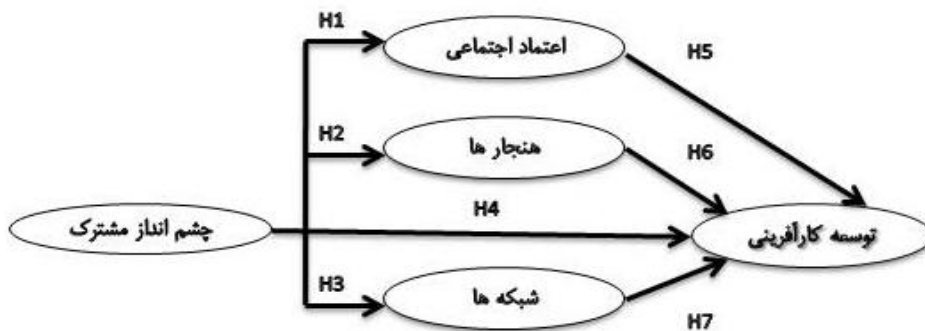
از مهم‌ترین ابعاد سرمایه اجتماعی مورد تأکید کارشناسان علوم اجتماعی اعتماد میان افراد یک اجتماع است. آنان معتقدند در جامعه‌ای که سطح اعتماد میان افراد به میزان قابل ملاحظه‌ای بالا باشد، سرمایه اجتماعی نیز در آن اجتماع در حد بالایی قرار خواهد داشت. اعتماد عبارت است از سطح اطمینانی که یک فرد به شایستگی‌ها، قابلیت‌ها، تمایل به رفتار عادلانه، اخلاقی و قابل پیش‌بینی فرد دیگر دارد (Josef & Winston, 2005). پاتنام (۱۳۷۷) به دو نوع اعتماد شخصی و اعتماد اجتماعی اشاره می‌کند و نوع دوم را که در ادبیات سرمایه اجتماعی اعتماد تعمیم‌یافته نامیده می‌شود، برای جامعه‌سودمندتر 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 سرمایه اجتماعی، زمینه را برای همکاری و توسعه اجتماعی فراهم می‌سازد، موجب شده است تا اکثر تحقیقات مربوط به سرمایه اجتماعی بیشتر چارچوب نظری پاتنام را مورد استفاده قرار دهند (ایمانی جاجرمی، ۱۳۸۰). شبکه اعتماد، گروهی از افراد را تشکیل می‌دهد که بر اساس اعتماد متقابل به یکدیگر، از هنجارها و ارزش‌های یکسانی در ارتباطات و تبادلات بین خود استفاده می‌کنند. افراد از طریق این شبکه‌ها به اطلاعات، افکار، فرصت‌های اقتصادی، قدرت، نفوذ و حمایت‌های روحی یکدیگر دسترسی می‌یابند که این امر موجب پایین آمدن سطح هزینه‌های مدیریتی و معاملاتی و خلق ارزش‌های جدید می‌شود (رستمی شهربابکی، ۱۳۸۸). ایجاد این نوع اعتماد، دوستی و مشارکت بین افراد بر شکل‌گیری رفتار آن‌ها تأثیر قابل توجهی می‌گذارد و از سوی دیگر، هنجارها و انتظارات پنهان در روابط موجب یاری و هم‌دلی افراد با یکدیگر می‌گردد (Nahapiet & Goshal, 1998). محمدی الیاسی و همکاران (۱۳۹۰) نیز معتقدند که محتوای روابط اجتماعی، شامل اعتماد، بیشترین اثرگذاری را در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی دارد. به این معنی که اگر اعتماد به عنوان یکی از شاخص‌های روابط اجتماعی در بین اعضای شبکه اجتماعی افزایش یابد بیشترین اثرگذاری را در تشخیص فرصت‌ها

توسط کارآفرینان دارد. برونیس و همکاران (Bruynis et al., 2001) هم بر این باورند که میزان اعتماد متقابل در بین اعضای تعاونی در توسعه و ارتقای آن‌ها مؤثر است. از دیگر عواملی که به ایجاد سرمایه اجتماعی کمک قابل توجهی می‌کند، هنجارها هستند. همپاری و مشارکت در فعالیت‌های گروهی از جمله هنجارها می‌باشند. 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. واندرسمن و فلورین (Wandersman & Florin, 2000) هم مشارکت را فرایندی می‌دانند که اعضا در تصمیم‌گیری در نهادها، برنامه‌ها و تأثیرات این تصمیم‌گیری، شریک باشند. پاتنام (۱۹۹۳) نوع خاصی از هنجارهای همپاری را مولدترین جزء سرمایه اجتماعی و به نوعی ملاک سرمایه اجتماعی را اصل همپاری تعمیم یافته می‌داند. وی معتقد است هنجارهای همپاری دو نوع است: متوازن و تعمیم یافته. در نوع متوازن مبادله هم‌زمان چیزهای با ارزش برابر است، مانند مواقعی که همکاران روزهای تعطیلی را با هم تعویض می‌کنند. اما در نوع تعمیم یافته رابطه 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 فرایند پیوسته مشارکت، اعضا در کلیه مراحل اعم از برنامه‌ریزی، تصمیم‌گیری، اجرا، نظارت، ارزشیابی و سهم شدن در منافع درگیرند و به اعتقاد مستعانی (۱۳۷۸) و سیلواراجو (۱۳۸۴)، از پیامدهای مشارکت پیدایش دموکراسی اقتصادی، احساس مسئولیت نسبت به امور مربوط به خود و توسعه خودیاری و کمک متقابل در زمینه حل مسائل اجتماعی- اقتصادی، افزایش انسجام بیشتر و توسعه تعاونی‌هاست. بنابراین، به باور نظام شهیدی و علیزاده اقدم (۱۳۷۸)، جلب مشارکت و تقویت روحیه تعاون و همکاری در بین اعضای تعاونی‌ها و به باور طالب (۱۳۸۴)، ارتقای مشارکت دموکراتیک، آزادانه و داوطلبانه اعضا و بهبود سطح پذیرش مسئولیت اجتماعی در

بین اعضا بر توسعه آن‌ها بسیار تأثیرگذار است. امینی و همکاران (۱۳۸۷) در پژوهش خود این گونه نتیجه گرفت که میزان مشارکت اعضا در امور تعاونی در سطح معنی‌دار قابل قبول و در جهت مستقیم و فزاینده بر توسعه تعاونی‌ها مؤثر است. هاکلیوس (Hakelius, 1996) نیز بر این باور است که حُسن نیت و وفاداری اعضا به عنوان هنجارهای با ارزش، که تحت تأثیر عقاید و ادراکات و بینش آن‌هاست، در سمت‌گیری فعالیت‌ها و موفقیت آن‌ها تأثیرگذار است.

از دیگر ابعاد مؤثر بر شکل‌گیری سرمایه اجتماعی شبکه‌ها هستند. پاتنام و گاس (Putnam & Goss 2001) روابط اجتماعی افراد و تعاملات آنان با یکدیگر را بنیادی‌ترین جزء سرمایه اجتماعی می‌دانند و شبکه‌ها را به عنوان خاستگاه دو مؤلفه دیگر سرمایه اجتماعی 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 ارائه 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 (۱۳۸۷) در این زمینه معتقد است مشاوره با سایرین توسط کارآفرینان با متغیرهای دیگر سرمایه اجتماعی همبستگی معنادار و مستقیمی دارد. رابرتسون و همکاران (Robertson et al., 2003) هم معتقدند که ناکامی در کسب و کارهای جدید و کارآفرینانه به نبود مشاوره و نداشتن آگاهی و مهارت‌های لازم برمی‌گردد. لذا مهارت‌های مفید ارتباطی از ویژگی‌های ضروری اعضا برای توسعه تعاونی‌های تولیدی‌اند. فضای متحول تجاری و رشد تعاونی‌ها نیاز اعضا به اطلاعات را دو چندان کرده است. 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 (کیمبرلی و کراپ، ۱۳۸۵) چرا که روابط اجتماعی علاوه بر تأمین منابع با ارزش شامل منابع مالی، فیزیکی، نیروی کار،

اطلاعات و ...، موجب ارتقای سرمایه اجتماعی برای اعضا می‌شود و اعتبار آن‌ها را می‌افزاید (Nahapiet & Ghoshal, 1998). نتایج پژوهش محمدی الیاسی و همکاران (۱۳۹۰) نیز مبین آن است که ابعاد چهارگانه شبکه اجتماعی بر تشخیص فرصت کارآفرینانه اثرگذار است. شعبانعلی فمی و همکاران (۱۳۸۵) نیز معتقدند موفقیت تعاونی‌ها با توانایی‌های ارتباطی آن‌ها مرتبط است. به اعتقاد پرل و همکاران (Prell et al., 2007) 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. بنابراین، حفظ روابط با کیفیت بالای اعضا، مشتریان، عرضه‌کنندگان و اجتماع از نتایج کلیدی برای موفقیت همه 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. امینی و رضانی (۱۳۸۵) نیز بر این باورند که میزان مشارکت اعضا در امور اجرایی تعاونی و مهارت مدیریت روابط بین فردی در تعاونی‌ها اهمیت ویژه در موفقیت آن‌ها دارد. در پژوهش جیمز و ایساک (James & Isaac, 2005) نیز از فقر و فقدان ارتباط بین اعضا و کشاورزان با عنوان عامل شکست یاد شده است. محمدی الیاسی و همکاران (۱۳۹۰) نیز معتقدند که بعد از محتوای روابط اجتماعی، بیشترین اثرگذاری مربوط به شیوه‌ای است که اطلاعات با آن در بین اعضای شبکه منتقل می‌شود؛ یعنی، افرادی که کارآفرین‌ها با آن‌ها در مورد فرصت‌ها مشورت می‌کنند (منابع اجتماعی اطلاعات). در نهایت، با توجه به پیشینه و تأکید بر نظرات پاتنام، که معتقد است اعتماد هسته مرکزی، هنجارها مولدترین جزء و شبکه‌ها خاستگاه دو مؤلفه دیگر سرمایه اجتماعی هستند، چارچوب مفهومی پژوهش ارائه گردید:



شکل ۱. چارچوب مفهومی پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر کمی، از نظر هدف کاربردی و از نظر میزان نظارت، درجه کنترل و نحوه گردآوری داده‌ها توصیفی-همبستگی است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسش‌نامه‌ای محقق ساخته بود که براساس هدف تحقیق، یعنی تحلیل تأثیر چشم‌انداز مشترک بر ارتقای سرمایه اجتماعی و توسعه کارآفرینی کشاورزی دربرگیرنده ۶ بخش زیر است: ۱. مشخصات فردی و حرفه‌ای شامل سن، سطح تحصیلات و وضعیت برنامه‌ریزی شغلی (کوتاه‌مدت و بلندمدت)؛ ۲. چشم‌انداز مشترک با ۵ گویه (ترسیم آینده‌ای واقع‌گرایانه و هدفمند؛ توافق و همفکری اعضای تعاونی در مسیر مشترک تعیین شده؛ شناخت و توانایی برقراری ارتباط بین فعالیت‌های تعاونی؛ بررسی منابع، امکانات و مهارت‌های مورد نیاز تعاونی؛ شناخت و ترسیم راه‌های جدید برای تفکر و یادگیری)؛ ۳. اعتماد اجتماعی با ۷ گویه (اطمینان به شایستگی‌های اعضای تعاونی؛ ارزش یکسان ارتباطات بین اعضای تعاونی؛ اطمینان به قابلیت‌های اعضای تعاونی؛ رفتار اخلاقی و عادلانه اعضای تعاونی؛ قابلیت پیش‌بینی رفتارها و عملکرد اعضای تعاونی؛ ارزش یکسان تبادلات بین اعضای تعاونی؛ اطمینان به عقاید جدید و ابتکاری اعضا تعاونی)؛ ۴. هنجارها با ۵ گویه (سطح

پذیرش مسئولیت اجتماعی؛ حُسن‌نیت اعضای تعاونی؛ روحیه همکاری و مشارکت اعضای تعاونی؛ وفاداری اعضای تعاونی؛ نبود خیانت و ناراستی بین اعضای تعاونی (۵). شبکه‌ها با ۷ گویه (ارتباط با مراکز خدمات مشاوره؛ ارتباط با مراکز فنی؛ ارتباط با تعاونی‌های همکار؛ ارائه تجارب به تعاونی‌های همکار؛ استفاده از تجارب تعاونی‌های همکار؛ دریافت حمایت‌های مورد نیاز از سوی تعاونی‌های همکار؛ ارائه حمایت‌های مورد نیاز به تعاونی‌های همکار)؛ ۶. توسعه کارآفرینی با ۶ گویه (دستیابی به اهداف ترسیم شده؛ دستیابی به فرصت‌های جدید؛ اشتیاق به سرمایه‌گذاری بیشتر؛ دستیابی به موفقیت مشترک اعضا؛ دستیابی به سطوح عالی‌تر تعهد؛ دستیابی به سطوح عالی‌تر عملکرد). طبقه‌بندی گویه‌ها براساس طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت (۱= بسیار کم؛ ۲= کم؛ ۳= متوسط؛ ۴= زیاد؛ ۵= بسیار زیاد) صورت گرفت.

تأیید روایی صوری و محتوایی پرسش‌نامه از طریق پانل متخصصان انجام شد. جامعه آماری تحقیق دربرگیرنده اعضای 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 به کارگیری نرم افزار AMOS استفاده شد. مدل‌سازی معادله ساختاری محقق را به پیچیدگی‌های زندگی اجتماعی (تأثیرگذاری مجموعه‌ای از متغیرها بر یکدیگر به طور یکسویه و دوسویه، مستقیم و غیرمستقیم) و همچنین پیچیدگی‌های موجود در اندازه‌گیری سازه‌های پنهان فرهنگی- اجتماعی نزدیک کرده و او را به تحلیل دقیق و واقع بینانه کمی پدیده‌های کیفی قادر می‌سازد. برازش مدل در شرایطی که مقدار کای اسکوتر (X^2) کوچک، ریشه دوم میانگین مربعات خطای برآورد کمتر و مقادیر سایر شاخص‌ها (شاخص‌های تطبیقی)، بیشتر از ۰/۹ باشد، مورد تأیید است. با توجه به اینکه کای اسکوتر مدل تابعی از حجم نمونه است، بدین صورت که هر چه حجم نمونه بیشتر باشد آماره کای اسکوتر تمایل به نشان دادن یک سطح احتمال معنادار دارد،

بیشتر مدل‌های منطقی با داشتن حجم نمونه زیاد، در صورتی که فقط شاخص برازش کای اسکوتر مدنظر باشد، مورد تأیید قرار نمی‌گیرند. بر این اساس، در پژوهش حاضر برآورد شاخص ریشه دوم میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)؛ شاخص برازش افزایشی (IFI)؛ شاخص برازش هنجار شده بنتلر- بونت (NFI)؛ شاخص توکر- لویس (TLI) و شاخص برازش تطبیقی (CFI)، نیز انجام گرفت (قاسمی، ۱۳۸۹). در ادامه به منظور بررسی تأثیر چشم‌انداز مشترک (بین دو گروه دارای چشم‌انداز مشترک و فاقد چشم‌انداز مشترک) بر شاخص‌های سرمایه اجتماعی (اعتماد اجتماعی، هنجارها و شبکه‌ها) از تحلیل واریانس چندمتغیره MANOVA با استفاده از نرم افزار SPSS بهره گرفته شد. فرضیه‌های تحقیق عبارت بودند از: ۱. بین چشم‌انداز مشترک از آینده و اعتماد اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد؛ ۲. بین چشم‌انداز مشترک از آینده و هنجارها رابطه معنی‌داری وجود دارد؛ ۳. بین چشم‌انداز مشترک از آینده و شبکه‌ها رابطه معنی‌داری وجود دارد؛ ۴. بین چشم‌انداز مشترک از آینده و توسعه کارآفرینی کشاورزی رابطه معنی‌داری وجود دارد؛ ۵. بین اعتماد به عنوان یکی از شاخص‌های سرمایه اجتماعی و توسعه کارآفرینی کشاورزی رابطه معنی‌داری وجود دارد؛ ۶. بین هنجارها به عنوان یکی از شاخص‌های سرمایه اجتماعی و توسعه کارآفرینی رابطه معنی‌داری وجود دارد؛ ۷. بین شبکه‌ها به عنوان یکی از شاخص‌های سرمایه اجتماعی و توسعه کارآفرینی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

نتایج و بحث

در جدول 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 پاسخ گویان بر اساس مشخصات فردی و حرفه‌ای پاسخ گویان (n = ۱۱۰)

متغیر	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
سن:			
۲۵ و کمتر	۲۵	۲۲/۷	۲۲/۷
۲۶ تا ۴۰ سال	۵۱	۴۶/۴	۷۹/۱
۴۱ تا ۶۰ سال	۳۴	۳۰/۹	۱۰۰
مجموع	۱۱۰	۱۰۰	
سطح تحصیلات:			
بی سواد	۱۲	۱۰/۹۱	۱۰/۹۱
ابتدایی	۱۴	۱۲/۷۲	۲۳/۶۳
راهنمایی	۳۰	۲۷/۲۷	۵۰/۹۰
دبیرستان	۳۲	۲۹/۱۰	۸۰/۰۰
بالتر از دیپلم	۲۲	۲۰/۰۰	۱۰۰
مجموع	۱۱۰	۱۰۰	
وضعیت برنامه‌ریزی شغلی:			
برنامه‌ریزی بلندمدت	۵۵	۵۰/۰۰	۵۰/۰۰
برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت	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 همه متغیرها وجود دارد (جدول ۲). در افراد فاقد چشم‌انداز مشترک (جدول ۳) نیز مشاهده می‌گردد که همبستگی مثبت و معنی‌داری در سطح خطای ۱٪ بین متغیرها وجود دارد.

جدول ۲. ماتریس ضرایب همبستگی افراد دارای چشم‌انداز مشترک از آینده (n = ۵۵)

توسعه کارآفرینی	دارای چشم‌انداز مشترک از آینده	اعتماد اجتماعی	هنجارها	شبکه‌ها
توسعه کارآفرینی	۰/۸۷**			
اعتماد اجتماعی	۰/۸۲**	۰/۷۷**		
هنجارها	۰/۷۹**	۰/۷۱**	۰/۶۱**	
شبکه‌ها	۰/۶۱**	۰/۶۱**	۰/۵۹**	۰/۶۰**

منبع: یافته‌های پژوهش ** معنی‌داری در سطح خطای ۱٪

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

توسعه کارآفرینی	فاقد چشم‌انداز مشترک از آینده	اعتماد اجتماعی	هنجارها	شبکه‌ها
توسعه کارآفرینی	۰/۶			
اعتماد اجتماعی	۰/۷۲**	۰/۶۸**		
هنجارها	۰/۵۲**	۰/۵۹**	۰/۶۲**	
شبکه‌ها	۰/۴۱**	۰/۵۰**	۰/۵۲**	۰/۵۵**

منبع: یافته‌های پژوهش ** معنی‌داری در سطح خطای ۱٪

به منظور بررسی چارچوب مفهومی پژوهش از روش مدل‌سازی معادله ساختاری به کارگیری 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 آثار غیرمستقیمی در توسعه کارآفرینی داشته است. به طور کلی، ۰/۹۲ از تغییرات مربوط به توسعه کارآفرینی با این متغیرها

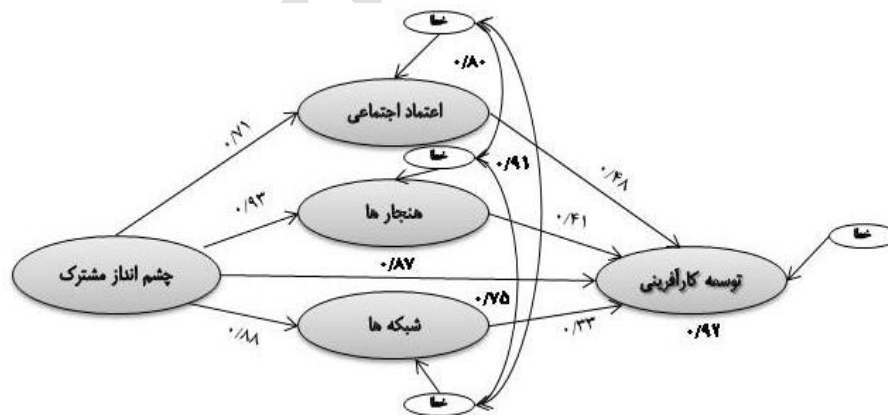
تیین می‌گردد. با توجه به شاخص‌های کلی برازش مشاهده می‌شود که در افراد دارای چشم‌انداز مشترک از آینده، مدل از برازش مناسبی برخوردار است ($CFI=0.95$; $TLI=0.90$; $IFI=0.93$; $NFI=0.91$; $RMSEA=0.03$; $X^2=1.88$; $p=0.39$).

جدول ۴. تجزیه آثار متغیرها (مستقیم و غیرمستقیم) بر توسعه کارآفرینی در افراد دارای چشم‌انداز

مشترک از آینده (n = ۵۵)

اثر کل	اثر غیرمستقیم	اثر مستقیم	مستقل	
۰/۸۷	-	۰/۸۷	چشم‌انداز مشترک از آینده	توسعه کارآفرینی
۰/۸۲	۰/۳۴	۰/۴۸	اعتماد اجتماعی	
۰/۷۹	۰/۳۸	۰/۴۱	هنجارها	
۰/۶۱	۰/۲۸	۰/۳۳	شبکه‌ها	
۰/۷۱	-	۰/۷۱	چشم‌انداز مشترک از آینده	اعتماد اجتماعی
۰/۹۳	-	۰/۹۳		هنجارها
۰/۸۸	-	۰/۸۸		شبکه‌ها

منبع: یافته‌های پژوهش



نمودار ۱. مدل مسیر افراد دارای چشم‌انداز مشترک از آینده

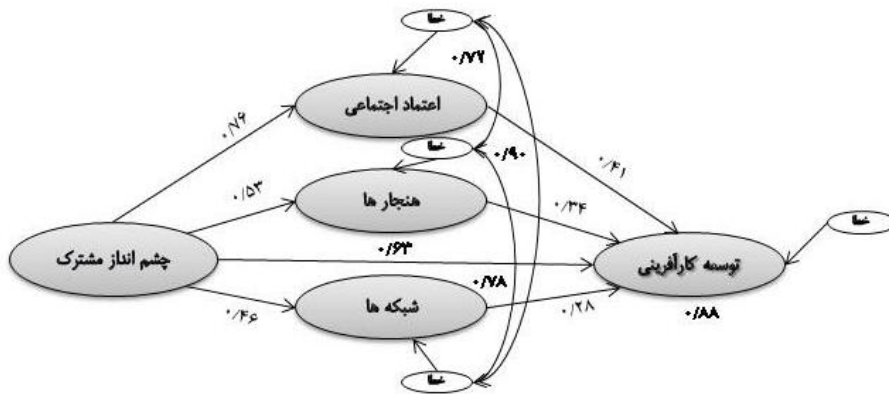
بر اساس جدول ۵ و نمودار ۲ مربوط به افراد فاقد چشم‌انداز مشترک نیز مشاهده می‌شود که بالاترین اثر مستقیم مثبت و معنی‌دار بر توسعه کارآفرینی به ترتیب به چشم‌انداز مشترک از آینده (۰/۶۳)، اعتماد اجتماعی (۰/۴۱)، هنجارها (۰/۳۴) و شبکه‌ها (۰/۲۸) اختصاص دارد. همچنین چشم‌انداز مشترک از آینده، از طریق اعتماد اجتماعی (۰/۳۱)، هنجارها (۰/۱۸) و شبکه‌ها (۰/۱۳) دارای آثار 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 گفت که مدل در بین دو گروه پژوهش از برازش مناسبی برخوردار می‌باشد ($\chi^2=1.90$; $p=0.44$; $NFI=0.90$; $IFI=0.91$; $TLI=0.90$; $CFI=0.92$; $RMSEA=0.04$).

جدول ۵. تجزیه آثار متغیرها (مستقیم و غیرمستقیم) بر توسعه کارآفرینی در افراد فاقد چشم‌انداز

مشترک از آینده (n = ۵۵)

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

منبع: یافته‌های پژوهش



نمودار ۲. مدل مسیر افراد فاقد چشم‌انداز مشترک از آینده

به منظور بررسی تأثیر چشم‌انداز مشترک بر سرمایه اجتماعی، آزمون تحلیل واریانس چند متغیره بین دو گروه دارای چشم‌انداز مشترک و فاقد چشم‌انداز مشترک، با استفاده از نرم‌افزار SPSS، انجام گردید. با توجه به اینکه یکی از مفروضات تحلیل واریانس چند متغیره برابری ماتریس کوواریانس‌های دو گروه است، این امر فقط در صورتی که دو گروه تعداد نمونه یکسانی داشته باشند، صرف‌نظر از پیش‌فرض مذکور، ممکن خواهد بود (Todman & Dugard, 2007). بنابراین، تعداد مساوی ۵۵ نفر برای هر گروه در نظر گرفته شد. براساس نتایج تحلیل واریانس چندمتغیره، 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 سرمایه اجتماعی بین دو گروه دارای چشم‌انداز مشترک و

فاقد چشم‌انداز مشترک

F	متغیرهای مستقل				متغیرهای وابسته
	فاقد چشم‌انداز مشترک		دارای چشم‌انداز مشترک		
	(n=55)		(n=55)		
	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

مأخذ: یافته‌های تحقیق ** معنی‌داری در سطح خطای ۱٪

بر اساس جدول ۶، تفاوت معنی‌داری بین دو گروه دارای چشم‌انداز مشترک و فاقد چشم‌انداز مشترک به دست آمد. میانگین تمامی متغیرها برای افراد دارای چشم‌انداز مشترک بیشتر از افراد فاقد چشم‌انداز مشترک است (۴/۷ به بالا از ۵)، لذا این‌گونه استنباط می‌شود 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.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در پژوهش حاضر با توجه به تأثیر چشم‌انداز مشترک از آینده بر شکل‌گیری و ارتقای سرمایه اجتماعی و به دنبال آن توسعه کارآفرینی کشاورزی، بر اساس نظرات پاتنام، به تحلیل این آثار پرداخته شد. هدف کلی پژوهش، تحلیل تأثیر چشم‌انداز مشترک بر ارتقای سرمایه 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 آثار مستقیم و غیرمستقیم متغیرها گویای آن است که ۰/۹۲ از تغییرات مربوط به توسعه کارآفرینی با متغیرهای تحقیق قابل تبیین است و در افراد فاقد چشم‌انداز مشترک، با نشان دادن آثار مستقیم و غیرمستقیم متغیرها، مبین آن است که ۰/۸۸ از تغییرات مربوط به توسعه کارآفرینی با متغیرهای تحقیق تبیین می‌گردد. به طور کلی، با توجه به شاخص‌های کلی برازش می‌توان گفت 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 سرمایه 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 معنی‌دار است؛ به عبارتی، می‌توان این چنین استنباط نمود که افراد دارای چشم‌انداز مشترک با اعتقاد به یک آینده واقع‌گرایانه و آرمان دست‌یافتنی با انرژی زیاد، به ارتقای سرمایه اجتماعی در تعاونی خود اهمیت بیشتری داده و با تصویری مطلوب از آینده با بهره‌مندی از اعتماد اجتماعی، هنجارها و شبکه‌ها در راستای حمایت و تحقق استراتژی‌های توسعه تعاونی خود بیشتر تلاش نموده‌اند. این در حالی است که افراد فاقد چشم‌انداز مشترک به دلیل عدم برنامه‌ریزی‌های منسجم و فقدان دورنمای مشخص از آینده چندان تمایلی به ارتقای سرمایه اجتماعی در تعاونی خود نداشته‌اند و لذا در جهت توسعه تعاونی خود چندان نکوشیده‌اند؛ به عبارتی، چشم‌انداز مشترک تأثیر بسزایی بر ارتقای سرمایه اجتماعی و به تبع آن، توسعه واحدهای کارآفرینی دارد. نتایج آزمون فرضیه‌ها موارد زیر را نشان می‌دهد:

بین چشم‌انداز مشترک و توسعه کارآفرینی در سطح ۹۹ درصد اطمینان رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد. میزان ۰/۸۷ همبستگی بین این دو متغیر نشان‌دهنده اهمیت و شدت رابطه آنهاست و جهت مثبت همبستگی نیز گویای آن است که با افزایش چشم‌انداز مشترک، توسعه کارآفرینی افزون می‌گردد و بالعکس. این یافته به نوعی مطابق با نتایج پژوهش‌ها و همکاران

(Hau et al., 2013) رستمی شهر بابکی (۱۳۸۸) است. همچنین نتایج پژوهش یو (Yu, 2013) مبین آن است که با وجود سرمایه اجتماعی شرکت‌ها قابلیت جذب نوآوری را داشته و عملکرد بهتری خواهند داشت. تومبو و همکاران (Tumbo et al., 2013) نیز در پژوهش خود نقش سرمایه اجتماعی را در نوآوری مورد تأکید قرار داده‌اند. نتایج پژوهش کرمی (۱۳۸۹) هم گویای آن است که تصویر مشترک از آینده بر توسعه و موفقیت تعاونی‌ها تأثیرگذار است.

بین چشم‌انداز مشترک و اعتماد اجتماعی در سطح خطای ۱٪ رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد. میزان ۰/۷۷ همبستگی بین دو متغیر مذکور بیانگر اهمیت و میزان شدت رابطه آن‌ها می‌باشد و جهت مثبت همبستگی نیز مبین آن است که با افزایش چشم‌انداز مشترک، اعتماد اجتماعی نیز افزایش می‌یابد و بالعکس. رستمی شهر بابکی (۱۳۸۸) هم تأثیر اعتماد متقابل را بر افزایش توانایی افراد در ساختارهای اجتماعی مورد تأیید قرار داده است. برونیس و همکاران (Bruynis et al., 2001) هم میزان اعتماد متقابل بین اعضا را در توسعه تعاونی‌ها تأثیرگذار می‌دانند.

بین چشم‌انداز مشترک و هنجارها در سطح ۹۹ درصد اطمینان رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد. میزان ۰/۷۷ همبستگی بین این دو متغیر نشان‌دهنده شدت رابطه آن‌هاست و جهت مثبت همبستگی نشان می‌دهد که با افزایش چشم‌انداز مشترک، هنجارها بیشتر می‌گردد و بالعکس. این نتیجه با نتایج پژوهش طالب (۱۳۸۴) کرمی و آگهی (۱۳۹۲) مطابقت دارد. نظام‌شهیدی (۱۳۷۸) نیز معتقد است جلب مشارکت و تقویت روحیه تعاون و همکاری در بین اعضای تعاونی‌ها تأثیر فراوانی در موفقیت آن‌ها دارد. هالکیدس (Hakelius, 1996) نیز حُسن نیت و وفاداری اعضا را در سمت‌گیری فعالیت‌ها آن‌ها مؤثر می‌داند. جیمز و ایساک (James & Isaac, 2005) معتقدند که نادرستی و خیانت توسط اعضا و نماینده‌ها از جمله عوامل شکست تعاونی‌هاست.

بین چشم‌انداز مشترک و شبکه‌ها در سطح خطای ۱٪ رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد. میزان همبستگی بین این دو متغیر ۰/۶۱ است، که نشان‌دهنده شدت رابطه آن‌هاست. جهت مثبت همبستگی نیز مبین آن است که با افزایش چشم‌انداز مشترک، شبکه‌ها نیز گسترش می‌یابد و

بالعکس. در واقع ارتباط با تعاونی‌های دیگر و استفاده از تجارب آن‌ها و در اختیار گذاشتن تجارب مفید خود با تعاونی‌های دیگر موجب تشویق به انسجام بیشتر و شکل‌گیری برنامه‌ریزی و چشم‌انداز مشترک در بین اعضا می‌گردد. رابرتسون و همکاران (Robertson et al., 2003) هم عدم موفقیت در کسب و کارهای جدید و کارآفرینانه را به نبود خدمات مشاوره و نداشتن آگاهی نسبت می‌دهند.

بین اعتماد اجتماعی و توسعه کارآفرینی در سطح ۹۹ درصد اطمینان رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد. میزان ۰/۸۲ همبستگی بین این دو متغیر نشان‌دهنده‌ی شدت رابطه آن‌هاست. جهت همبستگی نیز گویای آن است که با افزایش اعتماد اجتماعی، توسعه کارآفرینی نیز افزون می‌گردد و بالعکس. این نتیجه با نتایج پژوهش، برونیس و همکاران (Bruynis et al., 2001) و رستمی شهر بابکی (۱۳۸۸) مطابقت دارد.

بین هنجارها و توسعه کارآفرینی در سطح خطای ۱٪ رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد. میزان همبستگی بین این دو متغیر ۰/۷۹ مبین شدت رابطه آن‌هاست و جهت مثبت همبستگی نیز نشان می‌دهد که با افزایش هنجارها توسعه کارآفرینی افزایش می‌یابد و بالعکس. نظام‌شهادی و علی‌زاده اقدام (۱۳۷۸) هم مشارکت و تقویت روحیه تعاون و همکاری در بین اعضای تعاونی‌ها را دارای تأثیر فراوانی در توسعه و موفقیت آن‌ها می‌دانند. طالب (۱۳۸۴) نیز رابطه مثبت بین توسعه تعاونی‌ها و مشارکت و بهبود سطح پذیرش مسئولیت اجتماعی را تأیید نموده است. هاکلیوس (Hakelius, 1996) حُسن‌نیت و وفاداری اعضا تحت تأثیر عقاید و ادراکات و بینش آن‌ها را در سمت‌گیری فعالیت‌ها و توسعه آن‌ها اثرگذار می‌داند. مطابق با پژوهش لوتز (Lutz, 2011) نیز سرمایه اجتماعی اثر مثبت بر سرمایه انسانی و توسعه دارد.

همبستگی بین شبکه‌ها و توسعه کارآفرینی نیز گویای آن است که با افزایش اعتماد اجتماعی، توسعه کارآفرینی نیز افزون می‌گردد و بالعکس. کرمی و علی بیگی (۱۳۹۳) نیز بر این باورند که سرمایه اجتماعی از یک سو مشوق رشد سرمایه انسانی و موجب آزاد شدن انرژی‌های خلاق همه افراد است و از سوی دیگر با ایجاد شبکه سرمایه انسانی وابسته به تجارب و ارتباط آن

با سرمایه اجتماعی تعاونی و جامعه، جامعه‌ای یادگیرنده ایجاد خواهد شد و در نتیجه توسعه و پیشرفت تعاونی حاصل می‌گردد. کرمی و آگهی (۲۰۱۲) نیز معتقدند که ارتقای سرمایه اجتماعی در سطح سازمانی از طریق استفاده، تعامل و تبادل تجارب با تعاونی‌های همکار موفقیت بیشتر تعاونی‌ها را در پی خواهد داشت.

با روشن شدن نقش ویژه چشم‌انداز مشترک بر ارتقای سرمایه اجتماعی و پیشبرد اهداف کارآفرینی در تعاونی تولیدی، لزوم برنامه‌ریزی پیش از گذشته محرز می‌گردد. بنابراین، راهکارهایی در این زمینه به شرح زیر پیشنهاد می‌گردد:

۱. برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی در راستای معنی‌آفرینی چشم‌انداز مشترک از آینده، که بتواند چرایی شیوه انجام امور و شناخت و توانایی برقراری ارتباط بین فعالیت‌های تعاونی و هر عضو را با چشم‌انداز مشخص کند.

۲. ایجاد حس معنادار بودن - این حس که اعضا اهداف شغلی مهم و با ارزشی را دنبال می‌کنند و احساس کنند در جاده‌ای حرکت می‌کنند که وقت و نیروی آن‌ها با ارزش است - از طریق شرکت در کارگاه‌های آموزشی؛ چرا که اعضا هنگام اشتغال به کار معنادار، بیشتر درگیر و نسبت به آن متعهد می‌شوند و با وفاداری و حُسن‌نیت در پی‌گیری اهداف مطلوب، پشتکار بیشتری نشان می‌دهند.

۳. ایجاد حس شایستگی - درجه‌ای که یک عضو وظایف شغلی را با مهارت و موفقیت‌آمیز انجام دهد - از طریق شرکت در دوره‌های آموزشی مهارتی؛ چرا که داشتن تبحر و قابلیت این باور و اطمینان را در اعضا ایجاد می‌کند که توانایی پذیرش مسئولیت و انجام کار و اهتمام لازم را دارند و موانع خارجی به راحتی آن‌ها را از انجام فعالیت‌های مورد نظر باز نخواهد داشت.

۴. ایجاد حس کارساز بودن - درجه‌ای که اعضا می‌توانند در راهبردهای مدیریتی، پیامدها و نتایج شغل اثربخش باشند - از طریق شرکت در کارگاه‌های آموزشی به این دلیل که احساس کارساز بودن توانایی ارتباط با مراکز خدمات مشاوره، مراکز فنی، مبادله تجارب با تعاونی‌های

همکار و دریافت و ارائه حمایت‌های مورد نیاز از محیط خارجی به منظور افزایش تسلط بر فعالیت‌ها را افزایش می‌دهد.

۵. ایجاد احساس خودسامانی - اعضا داوطلبانه در وظایف خویش درگیر شوند - به وسیله شرکت در کارگاه‌های آموزشی؛ چرا که این حس موجب می‌شود اعضا خود را آغازگری بدانند که توانایی شناخت و ترسیم راه‌های جدید برای یادگیری را دارند و قادر به فعالیت‌هایی ابتکاری بوده و حق دارند فکرهای جدید را بیازمایند و به عبارتی، حق انتخاب دارند. براین اساس به عقاید جدید و ابتکاری اعضای تعاونی اطمینان می‌شود.

۶. راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی ابزار قدرتمندی را در اختیار اعضای تعاونی‌ها قرار می‌دهد که بتوانند به همکارانی دسترسی یابند که میان آن‌ها نیازها و علایق مشترک وجود دارد و تجربه‌های خود را در کمترین زمان ممکن مبادله نمایند. این ارتباط در فعالیت تعاونی‌ها می‌تواند بسیار کارساز باشد.

۷. ارتباط با همکاران از طریق شبکه‌های اجتماعی این امکان را به اعضای تعاونی‌ها می‌دهد که به فرصت‌های جدید در رابطه با فعالیت تعاونی خود دسترسی آسان داشته باشند.

منابع

۱. احسن، ک. (۱۳۸۵). *تحلیل مقدماتی از طرح مقوله‌ی مشارکت*. تهران: سازمان برنامه و بودجه.
۲. امینی، ا. و رضائی، م. (۱۳۸۵). بررسی علل و میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی مرغداران تهران در استان‌های مازندران و گلستان. *علوم و فنون کشاورزی و منابع طبیعی*، ۱۳ (۵۲)، ۱۲۳-۱۳۳.
۳. امینی، ا.، زینل همدانی، ع. و رضائی، م. (۱۳۸۷). ارزیابی مهم‌ترین مؤلفه‌های درون سازمانی در موفقیت شرکت‌های تعاونی مرغداران تهران. *علوم و فنون کشاورزی و منابع طبیعی*، ۱۲ (۴۳)، ۲۸۵-۲۹۵.

۴. ایمانی جاجرمی، ح. (۱۳۸۰). سرمایه اجتماعی و مدیریت شهری. فصلنامه مدیریت شهری، شماره ۷.
۵. پاتنام، ر. (۱۳۷۷). *دموکراسی و سنت‌های مدنی*. ترجمه محمد تقی دلفروز. تهران: دفتر مطالعات سیاسی وزارت کشور.
۶. دیویس، پ. (۱۳۸۵). *مدیریت منابع انسانی در تعاونی‌ها - نظریه، فرآیند و اجرا*. ترجمه اصغر بیات. تهران: انتشارات پایگان.
۷. رستمی شهربابکی، ح. (۱۳۸۸). *تعاون و سرمایه اجتماعی*. تهران: فرهنگ دهخدا.
۸. سنگه، پ. (۱۳۸۸). *پنجمین فرمان در میدان عمل*. ترجمه مهدی خادمی گراشی و مسعود سلطانی و عباس رستگار. تهران: انتشارات آسیا.
۹. سیلوارجو، آر. (۱۳۸۴). *بی‌تفاوتی اعضا و عوامل مؤثر بر عدم مشارکت آن‌ها در فعالیت تعاونی*. ماهنامه تعاون، شماره ۱۷۳، ۳۰-۳۲.
۱۰. شعبانعلی‌فمی، ح.، چوبچیان، ش.، رحیم‌زاده، م. و رسولی، ف. (۱۳۸۵). *شناخت و تحلیل سازه‌های موفقیت شرکت‌های تعاونی زنان در ایران*. *مطالعات زنان*، ۴(۲)، ۸۹-۱۰۹.
۱۱. شیخی، م. (۱۳۸۲). *بررسی عوامل مؤثر در مشارکت اعضای تعاونی‌های کشاورزی*. ماهنامه تعاون، شماره ۱۴۷، ۴۲-۴۶.
۱۲. طالب، م. (۱۳۸۴). *اصول و اندیشه‌های تعاونی*. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
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. قاسمی، و. (۱۳۸۹). *مدلسازی معادله ساختاری در پژوهش‌های اجتماعی با کاربرد Amos Graphics*. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
۱۵. کرمی، ش. (۱۳۸۹). *واکاوی 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. کرمی، ش. و آگهی، ح. (۱۳۹۲). تحلیل اثر عوامل فرهنگی_ اجتماعی بر موفقیت تعاونی‌های تولیدی محصولات خارج از فصل استان کرمانشاه. *فصلنامه تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران*، ۴۴(۲)، ۲۵۹-۲۶۹.
۱۷. کرمی، ش. و علی‌بیگی، ا. ح. (۱۳۹۲). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل تأثیرگذار بر توسعه تعاونی‌های تولیدی کشاورزی. *فصلنامه تعاون و کشاورزی*، ۳(۱۰)، ۱۱۱-۱۴۱.
۱۸. کیمبرلی، ز. و کراپ، ر. (۱۳۸۵). *اصول و رویکردهای تعاون در قرن بیست و یکم*. ترجمه مرجانه سلطانی. تهران: انتشارات پایگان.
۱۹. مبینی دهکردی، ع. (۱۳۸۶). *متدولوژی طراحی و تدوین چشم‌انداز ایران ۱۴۰۴*. دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت استراتژیک. تهران: گروه ناب و مؤسسه مدیریت و توسعه. ۲۲ و ۲۳ آبان.
۲۰. محمدی الیاسی، ق.، رکنی، ن. و طیبی، ک. (۱۳۹۰). نقش شبکه‌های اجتماعی در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی. *فصلنامه توسعه کارآفرینی*، ۳(۱۱)، ۷-۲۶.
۲۱. مستعانی، م. (۱۳۷۸). رضایت اعضا کلید موفقیت تعاونی‌ها. *ماهنامه تعاون*، دوره جدید، ۹۸، ۴-۵.
۲۲. مطلبی قمی، م. (۱۳۸۷). *ارزیابی سرمایه اجتماعی در شرکت‌های مستقر در مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری دانشگاه‌های دولتی شهر تهران*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تهران. دانشکده مدیریت. گروه مدیریت.
۲۳. نظام‌شهییدی، م. علی‌زاده اقدم، ر. (۱۳۷۸). *اصول مدیریت تعاونی‌ها*. تهران: نشر لادن.
24. Agahi, H., & Karami, Sh. (2012). A study of factors effecting social capital management and its impact on success of production cooperatives. *Annals of Biological Research*, 3 (8), 4179-4188.
25. Blanchard, J., & Stoner, J. (2004). The vision thing: Without it you'll never be a world-class organization. *Leader to Leader*, 31, 21-28.

26. Bruynis, C., Goldsmith, P. D, Hahn, D. E. & Taylor, W. J. (2001). Critical Success Factors for Emerging Agricultural Marketing Cooperatives. *Journal of Cooperatives*, 16, 14-24.
27. Field, J (2007). *Social capital*. Translated by Gholamreza Ghaffari and Hossein Ramezani. Tehran: Kavir Publications.
28. Fukuyama, F. (2000). *Social capital and maintain appropriate*. Translated by Gholamabbas Tavassoli. Tehran: Iranian Society.
29. Hakelius, K. (1996). *Cooperative Values-farmer's Cooperatives in the Minds of the Farmers*. Unpublished doctoral dissertation, Swedish University of Agricultural Sciences.
30. Hau, Y. S., Kim, B., Lee, H., & Kim, Y. G. (2013). The effects of individual motivations and social capital on employees' tacit and explicit knowledge sharing intentions. *International Journal of Information Management*, 33, 356–366.
31. 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*. A project of cornell and Clark-Atlanta Universities for Research and technical assistance in Africa, funded by a cooperative agreement with USAID. SAGA brief 9. Pmd.
32. Josef, E., & Winston, B. E. (2005). A correlation of servant leadership, leader trust, and organizational trust. *Leadership and Organization Development Journal*, 26(1), 6-22.

33. Lutz, M. B. (2011). Trust-based social capital, institutions, and development. *The Journal of Socio-Economics*, 40 (2011), 335- 346.
34. Molleman, E., & Broekhuis, M. (2001). Socotechnical systems: Towards an organizational Learning approach. *Journal of Engineering and Technology Management*, 18, 271-294.
35. Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage, *The Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.
36. 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.
37. Putnam, R. (1993). *Making democracy work –civic traditions in modern Italy*. Princeton: Princeton University Press.
38. Putnam, R.D., & Goss, K.A. (2001). *Introduction In: Putnam (ed.), Democracies in Flux, The Evolution of Social Capital in Contemporary Society*. Oxford University Press.
39. Robertson, M., Collins, A., Medeira N., & Slater, J. (2003). Barriers to start-up and their effect on aspirant entrepreneurs. *Education & Training*, 45(6), 308-316.
40. Steam, W., Arzlaninan, S., & ELfring, T. (2013). Social capital of entrepreneurs and small firm performance: A meta analysis of contextual and methodological moderators. *Journal of Business Venturing*, 29: 152-173.

41. Todman, J., & Dugard, P. (2007). *Approaching multivariate analysis an introduction for psychology*. First published. New York: Psychology Press.
42. Tumbo, S. D., Mutabazi, K. D., Masuki, K. F. G., Rwehumbiza, F. B., Mahoo, H. F., Nandi, S. J., & Mowo, J.G. (2013). Social capital and diffusion of water system innovations in the Makanya watershed, Tanzania. *The Journal of Socio-Economics*, 43, 24-36.
43. Wandersman, A., & Florin, P. (2000). *Citizen participation and community organizations*. In J. Rappaport & E. Seidman (Eds.). New York: Handbook of Community Psychology.
44. Yu, S. H. (2013). Social capital, absorptive capability, and firm innovation Social capital. *Technological Forecasting & Social Change*, 80(7), 1261-1270.

Archive of SID

An Analysis of the Effect of Shared Vision on Enhancing Social Capital in Agricultural Entrepreneurship Development

Sh. Karami^{1}, A. H. Alibaygi²*

Received: 19/01/2015 Accepted: 17/06/2015

Abstract

The main purpose of this descriptive correlational research was to analyze the impact of social capital in developing a shared vision for agricultural entrepreneurship improvement. The population included 152 members of cooperatives in Kermanshah Township. A random sampling method was used to select 110 respondents. The main instrument was a questionnaire that Panel of expert method was used to verify its content and face validity. AMOS software was used to test the fitness of data in structural equation modeling. Multivariate Analysis of Variance was utilized to identify the effect of shared vision on social capital. The findings confirmed the significant relationship between shared vision and social capital indicators (including trust, norms, and networks) in development of agricultural entrepreneurship.

Keywords:

Shared Vision, Social Capital, Entrepreneurship, Structural Equation Modeling

1. PhD. Student, Department of Agricultural Development, Razi University, Kermanshah, Iran

*Corresponding Author

E-mail: shohrehkarami20@gmail.com

2. Associate Professor, Department of Agricultural Extension and Education, Razi University, Kermanshah, Iran