

## نقش تعاونی‌های صیادی استان بوشهر در ترویج روحیه کارآفرینی میان اعضا

مسعود سامیان<sup>۱\*</sup>، رضا موحدی<sup>۲</sup>، اسماعیل احمدی حق<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۳/۸ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۸/۲۹

### چکیده

هدف کلی در این تحقیق، بررسی نقش تعاونی‌های صیادی در ترویج روحیه کارآفرینی اعضاست. جامعه آماری پژوهش را اعضای سه شرکت تعاونی صیادی استان بوشهر به تعداد ۱۸۲۰ نفر تشکیل دادند. با استفاده از جدول کرجسی و مورگان، حجم نمونه ۳۲۰ نفر تعیین شد. سپس برای انتخاب نمونه‌ها در هر تعاونی از روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی شده یا لایه‌بندی استفاده گردید. برای تعیین روایی پرسش‌نامه از روش اعتبار محتوا و به این منظور از نظرات استادان و متخصصان (پس از چند مرحله اصلاح و بازنگری) استفاده شد. برای تعیین پایایی پرسش‌نامه، پیش‌آزمونی (۳۰ پرسش‌نامه) در خارج از محدوده تحقیق انجام پذیرفت و نواقص پرسش‌نامه برطرف گردید. نتایج تحقیق نشان داد که میزان موفقیت تعاونی‌های صیادی استان بوشهر در ترویج روحیه کارآفرینی بین اعضا از نظر ۳۴/۱ درصد از اعضا در حد متوسط به پایین و از دید ۵۲/۲ درصد از اعضا در حد خوب و عالی است. نتایج حاصل از رگرسیون چندگانه نیز نشان داد که به ترتیب شرکت در دوره‌های آموزشی، مشارکت افراد در تعاونی، ویژگی‌های کارآفرینانه در اعضای تعاونی، شکل‌گیری بسترهای مالی و اقتصادی توسعه کارآفرینی و رضایت از فعالیت‌های انجام‌شده نقش مثبتی در متغیر وابسته ترویج کارآفرینی دارند.

**واژه‌های کلیدی:** تعاونی صیادی، روحیه کارآفرینی، استان بوشهر

۱. دانشجوی دکتری ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا، همدان

E-mail: samian.masoud@yahoo.com

\* نویسنده مسئول

۲. دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان

۳. دانش آموخته کارشناسی ارشد توسعه روستایی، دانشگاه یاسوج

## مقدمه

بی شک اهمیت و ضرورت پدیده تعاون با توجه به افزایش جمعیت و پیچیدگی روابط اجتماعی و اقتصادی کنونی در سطح ملی و بین‌المللی بیش از هر زمان دیگری است و می‌توان گفت روز به روز بر اهمیت پدیده تعاون در همه جوامع بشری افزوده می‌شود. تعاون در مفهوم خاص خود، نوعی همکاری و مشارکت افراد برای ایجاد یک سازمان اقتصادی با قبول اصولی است که سوداگری و بهره‌کشی از فرد را طرد می‌کند و هدف اصلی آن هم‌افزایی ارزش‌های انسانی و اخلاقی با هدف‌های اقتصادی است (نامغ، ۱۳۸۶).

تقریباً نیمی از جمعیت جهان در نواحی روستایی کشورهای در حال توسعه زندگی می‌کنند که اکثریت آنان را کشاورزان خرده‌پا تشکیل می‌دهند و معیشت آنان از طریق کشاورزی و فعالیت‌های مربوط به آن تأمین می‌شود (صدیقی و درویش‌نیا، ۱۳۸۱). صاحب‌نظران معتقدند که انجام فعالیت‌های حرفه‌ای روستاییان بر اساس همکاری و تعاون می‌تواند موجب ارتقای کارایی و بهبود وضعیت اقتصادی آنان شود. بنابراین، تشکیل تعاونی‌های مختلف در سطح روستاها اهمیت نقش عمده‌ای در مقوله توسعه روستایی دارد به گونه‌ای که از تعاونی‌ها به عنوان قسمتی از محیط پویا و فعال کشاورزی (رسولی و همکاران، ۱۳۸۸) و پی‌چره‌هایی به سوی دنیای کشاورزی (Amini and Ramazani, 2008) نام برده‌اند.

اکنون توسعه کشاورزی بیش از گذشته با پدیده کارآفرینی سرو کار دارد. مؤسسات و شخصیت‌های رواج دهنده توسعه کشاورزی کارآفرینی را به منزله یک مداخله راهبردی می‌دانند که می‌تواند فرایند توسعه روستایی و کشاورزی را تسریع بخشد. باید اشاره داشت که کارآفرینی یکی از راهکارهای اساسی در ایجاد فرصت‌های اشتغال، فقرزدایی، کاهش میزان مهاجرت و به طور کلی توسعه روستایی و کشاورزی است (یعقوبی، ۱۳۸۴).

با توجه به اینکه بخش کشاورزی و صیادی در ایران و اغلب کشورهای جهان به عنوان یک اصل مهم اشتغال‌زایی عمل می‌کند، بنابراین، توجه به ترویج کارآفرینی در این بخش اهمیتی مضاعف پیدا می‌کند. در این بین، تعاونی‌های صیادی بهترین محل برای ترویج کارآفرینی و پرورش

افراد کارآفرین هستند. به طور کلی، اطلاعات محدودی از تأثیرات تعاونی‌های صیادی روستایی در کشور وجود دارد به گونه‌ای که دقیقاً مشخص نیست تعاونی‌ها تا چه حد در رفع نیازهای صیادان و ترویج روحیه کارآفرینی در آنان موفق عمل کرده‌اند. از سوی دیگر، تأمین نیازهای مختلف صیادان می‌تواند معیار مناسبی برای سنجش عملکرد یک تعاونی باشد (Amini and Ramazani, 2008). لذا بررسی این تعاونی‌ها در جهت تبیین اهداف تعاونی‌ها و رفع نیازهای صیادان و ایجاد روحیه کارآفرینی در صیادان ضروری است. با توجه به اینکه شرکت‌های تعاونی صیادی روستایی در استان بوشهر و شهرستان دیر در طول چند سال اخیر شکل گرفته و تاکنون از لحاظ موفقیت و ایجاد روحیه کارآفرینی در صیادان مورد ارزیابی قرار نگرفته‌اند، لازم است این تعاونی‌ها مورد مطالعه قرار گیرند تا اولاً میزان موفقیت آنها در دستیابی به اهداف از پیش تعیین شده و وضعیت روحیه کارآفرینی در اعضا و مردم منطقه مشخص شود، ثانیاً با یافتن عوامل مؤثر بر این موفقیت/عدم موفقیت بتوان راهکارهایی برای گسترش این تشکل‌های مردمی در مناطق روستایی با اهداف ایجاد اشتغال و جلوگیری از مهاجرت بی‌رویه روستاییان به شهرها، بهره‌برداری بهینه از منابع روستایی، کاهش فقر و مشارکت روستاییان در فعالیت‌های کشاورزی و غیره بسط و گسترش داد. بنابر این، هدف کلی این تحقیق بررسی نقش تعاونی‌های صیادی در ترویج روحیه کارآفرینی در بین اعضای تعاونی است. از همین رو، تحقیق حاضر به دنبال پاسخ به این سؤال می‌باشد که تعاونی‌های صیادی تا چه حدی می‌توانند در ترویج روحیه کارآفرینی اعضا مؤثر باشند؟

### پیشینه تحقیق

عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی استان اصفهان در تحقیق هرندی زاده (۱۳۸۹) شامل عوامل روان‌شناختی - شخصیتی، مدیریتی، بازاریابی، اقتصادی، آموزشی، اجتماعی و فرهنگی بوده است.

گیانوند غیائی و حسینی (Ghiasvand ghiasy & Hosseini, 2010) در تحقیق خود نتیجه گرفتند چالش‌های مالی، فنی، اطلاعاتی و نظارتی تأثیر بیشتری بر عدم توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی ایران داشته‌اند.

از نظر خدانشناس گل افشانی (۱۳۸۹)، عوامل خلاقیت، حمایت سازمان‌ها، شرایط محیطی، حمایت‌های مالی از تعاونی‌ها، ویژگی فرهنگی کالاهای تولیدی و آموزش اعضای تعاونی‌ها بیشترین تأثیر را در موفقیت کارآفرینی بخش تعاون در ایران داشته‌اند.

توسلی و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیق خود با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر تقویت روحیه کارآفرینی اعضای تعاونی تولید کشاورزی شهرستان آمل» چهار عامل اصلی اقتصادی، آموزشی، روان‌شناختی - شخصیتی و سازمانی را در تقویت روحیه کارآفرینی اعضای تعاونی‌های مذکور مؤثر دانسته‌اند.

آمدی و همکارانش (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان «تحلیل رگرسیونی عوامل مؤثر بر ترویج کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی تهران» با استفاده از رگرسیون چندمتغیره به روش گام به گام در خصوص تأثیرات متغیرهای مستقل تحقیق بر میزان ترویج کارآفرینی نشان دادند که به ترتیب، وجود ویژگی‌های کارآفرینانه در اعضا، میزان شرکت در دوره‌های آموزشی، رضایت از فعالیت‌های انجام گرفته در تعاونی، انجام فعالیت‌ها به صورت گروهی در تعاونی، ارائه خدمات در تعاونی و عوامل اقتصادی در تعاونی نقش مثبتی در متغیر وابسته یعنی ترویج کارآفرینی داشته‌اند. در مجموع، عوامل فوق ۵۷ درصد از عوامل مؤثر بر ترویج کارآفرینی توسط تعاونی‌های کشاورزی را تبیین می‌نمایند.

دنیایی و همکارانش (۱۳۸۹) در تحقیقی با عنوان «عوامل مؤثر بر تقویت و توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی استان زنجان» نشان دادند که از دیدگاه مدیران تعاونی‌ها، ارائه حمایت‌های مالی و مالیاتی، اصلاح قوانین و مقررات بانکی و سازگار نمودن آن با شرایط کارآفرینان و تدوین سند ملی توسعه کارآفرینی مهم‌ترین عوامل در تقویت کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی به شمار می‌آیند. همچنین به استناد نتایج استنباطی تحقیق، بین نمره کارآفرینی

مدیران تعاونی و تحصیلات هیئت‌مدیره و همچنین بین نمره کارآفرینی و موفقیت تعاونی‌ها و تعداد کل اعضای تعاونی ارتباط معنی‌داری وجود دارد. نتایج تحلیل واریانس یکطرفه نیز نشان داد که نمره کارآفرینی تعاونی‌های کشاورزی شهرستان‌های مختلف تفاوت معنی‌داری با یکدیگر دارند.

فاضل بیگی و یاسری (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان «تعاون روستایی سرآغازی بر توسعه کارآفرینی» نتیجه گرفتند که سیاست‌های تقویت ظرفیت فرهنگ تعاون و نظام تعاونی یک جامعه (از جمله مهارت‌ها و انگیزه‌های استفاده از فرصت‌ها)، تأثیر بسزایی در ارتقای سطح فعالیت‌های کارآفرینی خواهند داشت. در این باره، دولت‌ها باید پشتیبانی‌های لازم را از جنبه‌های مختلف اقتصادی - که هادی و حامی افزایش سطوح فعالیت‌های تعاون و کارآفرینی هستند - به عمل آورند.

جهانبانی بشاره و همکارانش (۱۳۹۰) در تحقیقی با عنوان «بررسی تحلیلی راهبردهای توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی» به این نتیجه رسیدند که عوامل اقتصادی شامل تسهیلات اعتباری و وام‌های کم‌بهره به همراه عواملی چون خصوصیات اعضا، سطح تحصیلات، اعتماد به نفس و نیز عوامل شخصی همچون تجربیات ناخوشایند دوران کودکی، نقش کاملاً معنی‌داری در توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی دارند.

سلیمان‌پور (۱۳۸۵) در مطالعه‌ای به این نتیجه رسید که شرایط اجتماعی - اقتصادی و مهارت‌های کارآفرینی بر توسعه کارآفرینی مؤثرند. پیشرو (۱۳۸۳) با توجه به یافته‌های تحقیق شبیر در سال ۱۹۹۶ در پاکستان به این نتیجه رسید که آزادی فردی، احساس امنیت شغلی و احساس رضایت عناصر اصلی راه اندازی کسب و کار کارآفرینانه‌اند.

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

کوبیا و بارتون (Cobia & Barton, 1989) چگونگی کنترل اعضا بر امور تعاونی را در موفقیت آن مؤثر می‌دانند. راجرز (Rogers, 1997) در تحقیق خود به این نتیجه رسید که تعاونی‌ها با وجود موفقیت در عرصه تولید، نتوانسته‌اند در زمینه خرید محصول و عرضه به‌موقع

خدمات مورد نیاز روستاییان، جایگزین پبله‌وران شوند. پیشنهاد این محققان این است که مدیریت تعاونی‌ها به دست افراد متخصص سپرده و نحوه و اعطای وام با نیازهای حقیقی روستاییان تنظیم شود. دابسون (۲۰۰۲) در تحقیقی با هدف بررسی عوامل مؤثر در تشویق رفتار کارآفرینانه در میان کشاورزان نشان داد که سه گروه عوامل عمده در این زمینه نقش دارند: ۱- عوامل مربوط به ویژگی‌های خود کشاورزان، ۲- عوامل مربوط به وضعیت مزرعه و ۳- عوامل محیطی. غیاثوند غیائی و همکارانش (Ghiasvand ghiasy et al., 2009) معتقدند که عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی عبارت‌اند از: عوامل شناختی - روان‌شناسی، آموزشی، مالی، سازمانی، تنظیمی، اقتصادی، اجتماعی و ویژگی‌های شخصی.

در تحقیق هاگ و همکارانش (Haque et al., 2015)، ماهیگیران کوچک و خرده‌پا در مناطق ساحلی کشور برزیل با مشکلاتی همچون در حاشیه قرار گرفتن توسط ماهیگیران بزرگ، فقدان سرمایه کافی، عدم دسترسی کافی به بازار و فشار خانواده برای کسب درآمد و زندگی بهتر مواجه بوده‌اند. این ماهیگیران به سبب ترس از دست دادن سرمایه و ناتوانی در مدیریت آن ناچار به دریافت وام از راه‌هایی غیر از دولت از جمله تعاونی‌ها هستند. در تحقیق دیگری بوتما و بوش (Bottema and Bush, 2012) بیان کردند که بخش خصوصی می‌تواند با آگاه‌سازی و فرهنگ‌سازی ساکنان مناطق دریایی، درآمدهای جدید و کسب و کارهای نو ایجاد کرده و پتانسیل کسب درآمد را با حمایت از فعالیت‌های حفاظت از مناطق دریایی فراهم سازد. البته برای پایداری و سازماندهی بهتر این فعالیت‌ها حمایت‌های دولتی لازم می‌باشد.

در مجموع با توجه به مطالب فوق و با توجه به مشکلات شرکت‌های تعاونی در ایران و همچنین اهمیت مسئله کارآفرینی و موانع موجود در مسیر توسعه آن از طریق تعاونی‌ها، پژوهش حاضر به منظور بررسی و شناسایی عوامل مؤثر بر ترویج روحیه کارآفرینی در تعاونی‌های صیادی استان بوشهر شکل گرفته است.

## روش شناسی تحقیق

پژوهش حاضر به صورت پیمایشی<sup>۴</sup> انجام شده و از لحاظ تجزیه و تحلیل عددی داده‌ها، تحقیقی کمی و همچنین از حیث روش، از نوع مطالعات غیرآزمایشی یا به طور دقیق‌تر از جمله پژوهش‌های توصیفی-همبستگی بوده است. جامعه آماری این تحقیق را سه شرکت تعاونی صیادی در استان بوشهر تشکیل دادند که تا پایان سال ۱۳۹۰ تأسیس شدند و جمعاً ۱۸۲۰ نفر عضو داشتند. حجم نمونه اعضای عادی تعاونی‌های صیادی با استفاده از جدول کرجسی و مورگان ۳۲۰ نفر تعیین شد. پس از تعیین حجم نمونه، برای انتخاب نمونه‌ها، از روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی شده یا لایه‌بندی شده<sup>۵</sup> استفاده گردید (جدول ۱). این روش نمونه‌گیری زمانی مورد استفاده قرار می‌گیرد که جامعه آماری همگنی لازم نداشته باشد. روش نمونه‌گیری لایه‌بندی شده از طریق تقسیم جامعه آماری به زیرگروه‌ها بر اساس یک یا چند صفت بارز، جامعه مورد مطالعه را در قالب طبقات مختلف، همگن می‌کند به طوری که افراد درون هر طبقه، متجانس می‌شوند و واریانس درون گروه‌ها به حداقل می‌رسد (کلانتری، ۱۳۸۶). در هر طبقه، به روش نمونه‌گیری ساده و با استفاده از جدول اعداد تصادفی، نمونه‌ها انتخاب گردیدند.

جدول ۱. تعاونی‌های صیادی استان بوشهر به تفکیک تعداد اعضا و حجم نمونه از هر تعاونی

نام تعاونی	نوع تعاونی	تعداد کل	حجم نمونه
دیر	خودگردان	۴۶۰	۸۴
بردخون	خودگردان	۴۳۵	۷۷
دلوار	خودگردان	۹۲۵	۱۵۹
جمع	-	۱۸۲۰	۳۲۰

مأخذ: اداره شیلات استان بوشهر

## 4. Survey Research

## 5. Proportional Stratified Sampling

برای جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز پژوهش از پرسش‌نامه استفاده شد که شامل ۱۰ بخش بود. به منظور تعیین روایی<sup>۶</sup> پرسش‌نامه از روش اعتبار محتوا<sup>۷</sup> و به این منظور از نظرات استادان و متخصصان (پس از چند مرحله اصلاح و بازنگری) استفاده شد. جهت تعیین پایایی<sup>۸</sup> پرسش‌نامه در منطقه مورد مطالعه، پیش‌آزمون<sup>۹</sup> (۳۰ پرسش‌نامه) انجام شد، که ضریب آلفای کرونباخ به دست آمده (جدول شماره ۲) حاکی از اعتبار بالای پرسش‌نامه‌های طراحی شده است. گفتنی است که پدهازور اعتبار بین ۰/۵ تا ۰/۸ را برای تحقیقات غیر تجربی پذیرفتنی می‌داند (Pedhazur, 1982). همچنین از اعتبار سازه به روش تحلیل عاملی استفاده گردید که نتایج آن در جدول ۲ ارائه شده است. برای تعیین میزان تناسب مجموعه متغیرها در ماتریس همبستگی در تحلیل عاملی از آماره KMO، که دامنه تغییرات آن بین صفر و یک می‌باشد، استفاده شد. در صورتی که مقدار این آماره کمتر از ۰/۷۰ درصد نشود نشان‌دهنده این است که همبستگی‌های موجود برای تحیل عاملی بسیار مناسب است و اگر این ضریب بین ۰/۵ تا ۰/۷ باشد مبین مناسب بودن همبستگی‌های موجود می‌باشد (دواس، ۱۳۷۸). همچنین شاخص مجذور کای برای آزمون کرویت بارتلت جهت تعیین معنی داری متغیرها استفاده شد ( $P < 0/001$ ) که نتایج این آزمون هم نشان می‌دهد بین متغیرها همبستگی وجود دارد.

جدول ۲. آزمون پایایی و روایی مفاهیم پژوهش

پایایی	روایی		مفاهیم	
	P	Bartlet KMO		
۰/۸۵	۰/۰۰۱	۱۵۵۷/۷	۰/۷۲۵	موفقیت
۰/۹۱	۰/۰۰۱	۱۷۰۷/۱۸	۰/۸۴	مشارکت اعضا در امور تعاونی
۰/۷۹	۰/۰۰۱	۹۵۰/۴۲	۰/۷۳۳	اعتماد اعضا به هیئت مدیره و مدیرعامل
۰/۹	۰/۰۰۱	۱۸۴۸/۵	۰/۷۱۳	مسئولیت‌پذیری هیئت مدیره و مدیرعامل
۰/۸۳	۰/۰۰۱	۲۴۲۷/۹	۰/۸۶	کیفیت فعالیت‌های ترویجی

6. Validity

7. Content Validity

8. Reliability

9. Pilot Test



## ادامه جدول ۲

۰/۹	۰/۰۰۱	۱۸۷۵	۰/۸۹	میزان آگاهی اعضا از اصول و قوانین تعاونی
۰/۵۳۶	۰/۰۰۱	۲۴۰	۰/۶۴۵	ارتباط با سازمان‌ها و نهادها
۰/۷۸	۰/۰۰۱	۳۲۱۵/۵	۰/۷۸۷	میزان رضایت از عملکرد هیئت‌مدیره و مدیرعامل
۰/۸۵	۰/۰۰۱	۳۵۱	۰/۶۸	حمایت‌های دولت
۰/۸۲	۰/۰۰۱	۲۴۱۸	۰/۷۸۶	سرمایه اجتماعی
۰/۸۸	۰/۰۰۱	۱۵۸۷۵	۰/۸۸۶	خدمات ارائه شده در تعاونی در ترویج کارآفرینی
۰/۷۶	۰/۰۰۱	۱۳۸۷۵	۰/۷۷۶	رضایت از فعالیت‌های انجام شده
۰/۸۸	۰/۰۰۱	۱۸۷۵	۰/۷۸۵	تأثیر فعالیت‌های گروهی
۰/۷۸	۰/۰۰۱	۱۸۴۷۵	۰/۸۶۴	ویژگی‌های کارآفرینانه در اعضای تعاونی
۰/۷۵	۰/۰۰۱	۱۳۸۷۵	۰/۸۸۶	توسعه زیرساخت‌های کارآفرینی
۰/۸۸	۰/۰۰۱	۱۸۴۷۵	۰/۸۲۶	شکل‌گیری بسترهای فرهنگی و اجتماعی توسعه کار آفرینی
۰/۸۴	۰/۰۰۱	۱۸۶۷۵	۰/۸۹۶	ایجاد انگیزه کارآفرینی در بین روستاییان
۰/۷۹	۰/۰۰۱	۱۴۷۵	۰/۷۸۶	انجام فعالیت‌های کارآفرینانه از زمان عضویت در تعاونی

مأخذ: یافته‌های تحقیق

به منظور تعیین عوامل مؤثر بر تقویت و توسعه کارآفرینی و همچنین سنجش میزان کارآفرینی شرکت‌های تعاونی صیادی از طیف نظرسنجی پنج گزینه‌ای لیکرت (۵: خیلی زیاد، ۴: زیاد، ۳: متوسط، ۲: کم و ۱: خیلی کم) استفاده گردید.

متغیر وابسته در این تحقیق عبارت است از: ترویج و میزان روحیه کارآفرینی در تعاونی‌های صیادی و متغیرهای مستقل عبارت‌اند از: رضایت از فعالیت‌های انجام شده، ویژگی‌های کارآفرینانه در اعضای تعاونی، شکل‌گیری بسترهای فرهنگی- اجتماعی کار آفرینی، مشارکت افراد در تعاونی، شکل‌گیری بسترهای مالی و اقتصادی توسعه کار آفرینی، آگاهی افراد از وضعیت تعاونی، ارتباط با سازمان‌ها و نهادها، اعتماد افراد به تعاونی و ارکان تعاونی، حمایت‌های دولت، تأثیر فعالیت‌های گروهی، توسعه زیرساخت‌های کارآفرینی و موفقیت تعاونی‌ها. با توجه به نوع تحقیق، در مرحله داده‌پردازی ابتدا به منظور دسته‌بندی گروه‌های آزمودنی از نظر صفات مختلف و ویژگی‌های جامعه

آمار، از آمار توصیفی شامل جدول توزیع فراوانی، درصد و درصد تجمعی، شاخص‌های گرایش به مرکز (میانگین، میانه، نما) و پراکندگی (انحراف معیار) و ضریب تغییرات استفاده شد. در مرحله تحلیلی، برای تبیین ارتباط متغیرهای مستقل و وابسته، تحلیل رگرسیون چندمتغیره به کار رفت. یادآور می‌شود که پس از جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز مطالعه، پردازش داده‌ها و انجام آزمون‌های آماری پیش‌گفته با استفاده از نرم افزار SPSS ۲۰ صورت پذیرفت.

### نتایج و بحث

یافته‌های تحقیق نشان داد که ۲۲/۱ درصد از پاسخگویان در گروه سنی زیر ۳۰ سال و میانگین سنی آنها ۳۶/۳ سال می‌باشد. محل سکونت ۷۷/۸ درصد از پاسخگویان در روستا و ۲۲/۲ درصد هم در شهر است. در خصوص وضعیت تأهل افراد یافته‌ها نشان داد که ۴۴/۱ درصد پاسخگویان مجرد و ۵۵/۹ درصد پاسخگویان متأهل هستند. نتایج سایر ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای پاسخگویان در جدول ۳ آمده است.

جدول ۳. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب ویژگی‌های فردی

متغیر	سطوح متغیر	فراوانی	درصد	میانگین	انحراف معیار
سن (سال)	کمتر از ۳۰	۷۳	۲۲/۹		
	۳۱-۴۰	۱۵۰	۴۶/۸	۳۶/۳ سال	۶/۵
	۴۱ به بالا	۹۷	۳۰/۳		
	جمع	۳۲۰	۱۰۰	-	-
محل سکونت	روستا	۲۴۶	۷۶/۸		
	شهر	۷۴	۲۳/۲		
	جمع	۳۲۰	۱۰۰	-	-
سطح تحصیلات	بی‌سواد	۷	۲/۱		
	ابتدایی	۲۶	۸/۱		
	راهنمایی	۱۳۸	۴۳/۲		
	دیپلم	۱۱۳	۳۵/۴		
	فوق دیپلم	۱۹	۵/۹		
	کارشناسی و بالاتر	۱۷	۵/۳		
	جمع	۳۲۰	۱۰۰	-	-

			۴۱/۲	۱۳۲	۱۰-۵۹
-	-		۲۶/۵	۸۵	وام دریافتی برای امور
-	-		۳۲/۳	۱۰۳	کارآفرینی (میلیون ریال)
-	-		۱۰۰	۳۲۰	جمع
			۱۷/۵	۵۶	کمتر از ۵
۴/۰۵	۸/۸۷		۴۰/۹	۱۳۱	سابقه عضویت (سال)
			۲۵/۱	۸۰	۱۰-۱۵
			۱۶/۵	۵۳	بالاتر از ۱۵
-	-		۱۰۰	۳۲۰	جمع
			۱۲/۸	۴۱	کمتر از ۲۵۰۰۰۰۰
			۶۸/۱	۲۱۸	۲۵۱۰۰۰۰-۴۵۰۰۰۰۰
-	-		۱۷/۸	۵۷	درآمد ماهانه (ریال)
			۱/۳	۴	بالاتر از ۶۵۱۰۰۰۰
-	-		۱۰۰	۳۲۰	جمع
			۵۵/۹	۱۷۹	کمتر از ۳
			۲۶/۵	۸۵	شرکت در دوره آموزشی
			۱۷/۶	۵۶	بیشتر از ۵ (دفعه)
-	-		۱۰۰	۳۲۰	جمع

مأخذ: یافته‌های تحقیق

در خصوص بررسی و اولویت‌بندی تأثیر خدمات ارائه شده در تعاونی بر ترویج کارآفرینی از دید پاسخگویان مشخص شد اعطای وام با میانگین ۳/۵۵ و ضریب تغییرات ۰/۲۴۶ در اولویت اول قرار داد. خدمات مربوط به بازاریابی تولیدات و خدمات آموزشی و ترویجی در اولویت‌های

بعدی جای دارند. خدمات مربوط به ارتباط تعاونی‌ها با مراکز علمی و تحقیقاتی نیز با بالاترین میزان ضریب تغییرات در اولویت آخر قرار گرفته است (جدول ۴).

#### جدول ۴. اولویت بندی تأثیر خدمات ارائه شده در تعاونی بر ترویج کارآفرینی از دیدگاه پاسخگویان

اولویت	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	گویه
۱	۰/۲۴۶	۰/۸۷۵	۳/۵۵	اعطای وام
۲	۰/۲۵۳	۰/۹۶۱	۳/۷۸	بازاریابی تولیدات
۳	۰/۲۵۶	۰/۶۴۴	۲/۵۱	خدمات آموزشی و ترویجی
۴	۰/۲۶۵	۰/۹۴۸	۳/۵۷	اطلاع رسانی به اعضا
۵	۰/۲۶۶	۰/۶۶۲	۲/۴۸	تأمین ادوات
۶	۰/۲۹۶	۰/۷۱۷	۲/۴۱	برگزاری کارگاه‌های آموزشی در زمینه کارآفرینی
۷	۰/۳۰۱	۰/۷۶۱	۲/۵۲	ارتباط تعاونی‌ها با مراکز علمی و تحقیقاتی

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

در خصوص میزان رضایت اعضا از فعالیت‌های انجام شده در تعاونی در راستای ترویج کارآفرینی می‌توان گفت فعالیت‌های مربوط به ارائه خدمات اطلاع‌رسانی، ایجاد اشتغال و ارائه نهاده‌های مورد نیاز از این نظر در اولویت‌های اول تا سوم قرار دارند (جدول ۵).

#### جدول ۵. اولویت بندی دیدگاه پاسخگویان در خصوص رضایت از فعالیت‌های انجام شده در راستای

##### ترویج کارآفرینی

اولویت	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	گویه
۱	۰/۲۹۷	۰/۷۱۷	۲/۴۱	اطلاع رسانی
۲	۰/۳۰۳	۱/۰۶۸	۳/۵۲	ایجاد اشتغال
۳	۰/۳۰۴	۱/۰۳۵	۳/۴۰	ارائه نهاده‌های مورد نیاز
۴	۰/۳۰۴	۰/۸۱۱	۲/۶۶	تهیه ادوات برای استفاده جمعی
۵	۰/۳۲۷	۱/۰۳۴	۳/۱۶	ارائه خدمات حمل و نقل
۶	۰/۳۳۵	۰/۸۲۸	۲/۴۷	تهیه اعتبار و وام مورد نیاز اعضا

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

در خصوص وجود ویژگی‌های کارآفرینانه در بین پاسخگویان می‌توان گفت ویژگی‌های مسئولیت پذیری، سختکوشی و پرکاری، و حس همکاری داشتن در اولویت‌های اول تا سوم و قابلیت بازار و بازاریابی، دسترسی به وام‌های تعاونی و میزان فرصت‌های آموزشی به ترتیب در اولویت‌های آخر قرار دارند (جدول ۶).

جدول ۶. اولویت‌بندی تأثیر خدمات ارائه شده در تعاونی در خصوص ویژگی‌های کارآفرینانه در

## اعضای تعاونی

اولویت	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	گویه
۱	۰/۱۱۴	۰/۴۶۶	۴/۰۸	مسئولیت پذیری
۲	۰/۱۳۱	۰/۵۲۵	۴	سختکوشی و پرکاری
۳	۰/۱۳۲	۰/۵۵۱	۴/۱۵	حس همکاری داشتن
۴	۰/۱۳۹	۰/۵۲۳	۳/۷۶	پشتکار داشتن
۵	۰/۱۴۳	۰/۶۰۱	۴/۱۹	آینده‌نگری و دوراندیشی
۶	۰/۱۴۵	۰/۵۸۶	۴/۰۳	خلاقیت و نوآوری
۷	۰/۱۴۹	۰/۶۰۵	۴/۰۵	واقع‌بینی
۸	۰/۱۵۴	۰/۶۳۸	۴/۱۵	تأثیرگذاری و سودمندی
۹	۰/۱۵۶	۰/۶۲۹	۴/۰۲	مهارت کارآفرینی در بین اعضا
۱۰	۰/۱۵۷	۰/۶۵۶	۴/۱۹	شناسایی سودها در موقعیت‌های مختلف
۱۱	۰/۱۶۰	۰/۶۵۷	۴/۱۰	خوش‌بینی
۱۲	۰/۱۶۵	۰/۶۵۴	۳/۹۶	متعهد بودن
۱۳	۰/۱۷۴	۰/۷۳۰	۴/۱۹	مشارکت در فعالیت‌ها
۱۴	۰/۱۹۴	۰/۷۸۳	۴/۰۲	خطر پذیری
۱۵	۰/۱۹۵	۰/۷۸۷	۴/۰۳	روحیه تلاشگری
۱۶	۰/۲۰۶	۰/۸۳۰	۴/۰۳	داشتن انگیزه بالا برای رسیدن به هدف
۱۷	۰/۲۱۰	۰/۸۵۷	۴/۰۸	انجام کار گروهی
۱۸	۰/۲۱۲	۰/۸۷۳	۴/۱۲	استفاده از منابع اطلاعاتی
۱۹	۰/۲۱۴	۰/۸۴۰	۳/۹۳	قابلیت بازار و بازاریابی
۲۰	۰/۲۱۶	۰/۸۶۱	۳/۹۸	دسترسی به وام‌های تعاونی
۲۱	۰/۲۲۵	۰/۸۲۱	۳/۶۵	میزان فرصت‌های آموزشی

مأخذ: یافته‌های تحقیق

خیلی کم: ۱، کم: ۲، متوسط: ۳، زیاد: ۴، خیلی زیاد: ۵

با توجه به یافته‌های مربوط به اولویت‌بندی انجام فعالیت‌های کارآفرینی از زمان عضویت در تعاونی، فعالیت‌های مربوط به ایجاد کار و اشتغال، ساماندهی منابع و امکانات در راستای هدف و خطرپذیری در فعالیت‌های تولیدی در اولویت‌های اول تا سوم قرار گرفتند (جدول ۷).

جدول ۷. اولویت‌بندی انجام فعالیت‌های کارآفرینانه از زمان عضویت در تعاونی

اولویت	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	گویه
۱	۰/۱۰۸	۰/۵۳	۴/۸۷	ایجاد کار و اشتغال
۲	۰/۱۴۶	۰/۶۹	۴/۷۱	ساماندهی منابع و امکانات در راستای هدف
۳	۰/۱۵۵	۰/۷۳	۴/۷۰	خطرپذیری در فعالیت‌های تولیدی
۴	۰/۲۵۶	۰/۹۹	۳/۸۶	ایجاد خوداشتغالی
۵	۰/۲۶۰	۱/۰۲	۳/۹۱	خلاقیت و نوآوری در کار
۶	۰/۲۶۳	۱/۰۶	۴/۰۲	تبدیل ایده خلاق به ثروت
۷	۰/۲۶۴	۱/۰۰	۳/۷۸	پیش‌بینی عرضه و تقاضا
۸	۰/۲۶۷	۱/۱۲	۴/۱۹	شناسایی و تولید محصولات جدید
۹	۰/۲۶۸	۱/۰۵	۳/۹۱	ارائه روشی جدید در فرایند تولید
۱۰	۰/۲۷۱	۱/۰۶	۳/۹	احداث یک کارخانه یا کارگاه
۱۱	۰/۲۸۵	۱/۰۲	۳/۵۷	شناسایی و برآورد نیازها

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

در پژوهش حاضر، جهت سنجش سازه‌های توسعه زیرساخت‌های کارآفرینی در تعاونی از طیف لیکرت پنج‌گزینه‌ای استفاده شد. همان‌گونه که جدول ۸ نشان می‌دهد، متغیر کمک به ایجاد زیرساخت‌های آموزشی و مشاوره‌ای و ایجاد کسب و کارهای جدید با میانگین ۳/۸۷ و انحراف معیار ۰/۶۶۲ در اولویت اول و کمک به روستاییان برای دسترسی آسان به فناوری پیشرفته و خدمات فنی (میانگین ۳/۸۷ و انحراف معیار ۰/۹۲۴) در رتبه آخر قرار دارد.

جدول ۸. اولویت‌بندی توسعه‌ی زیرساخت‌های کارآفرینی در تعاونی

اولویت	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	گویه
۱	۰/۱۷۱	۰/۶۶۲	۳/۸۷	کمک به ایجاد زیرساخت‌های آموزشی و مشاوره‌ای و ایجاد کسب و کارهای جدید
۲	۰/۲۰۳	۰/۸۱۱	۳/۹۸	کمک به شکل‌گیری و ایجاد تشکل‌ها و اتحادیه‌ها و اصناف تخصصی در حوزه‌های مختلف کسب و کار
۳	۰/۲۰۸	۰/۸۷۵	۴/۱۹	پیگیری و کمک به ایجاد و بهبود زیرساخت‌های عمومی روستا(آب و برق و گاز)
۴	۰/۲۳۰	۰/۹۶۱	۴/۱۷	پیگیری و کمک به ایجاد و بهبود زیرساخت‌های فیزیکی روستا(جاده و راه ارتباطی)
۵	۰/۲۳۴	۰/۹۴۷	۴/۰۴	پیگیری و کمک به ایجاد و بهبود زیرساخت‌های تکنولوژیکی روستا(تلفن و ...)
۶	۰/۲۳۸	۰/۹۲۴	۳/۸۷	کمک به روستاییان برای دسترسی آسان به پیشرفته و خدمات فنی

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

در جدول ۹، توزیع فراوانی سازه‌های شکل‌گیری بسترهای فرهنگی و اجتماعی توسعه کارآفرینی در تعاونی بیان شده است. متغیرهای برگزاری آموزش‌های بازاریابی مرتبط با فعالیت‌های موجود برای روستاییان منطقه، برگزاری دوره‌های آموزشی تخصصی کارآفرینی و ایجاد کسب و کارهای جدید، و استقبال هر چه بهتر روستاییان و مدیران محلی از ایده‌های نو به ترتیب اولویت‌های اول تا سوم را به خود اختصاص داده‌اند.

## جدول ۹. اولویت‌بندی شکل‌گیری بسترهای فرهنگی و اجتماعی توسعه کار آفرینی در تعاونی

اولویت	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	گویه
۷	۰/۲۴۲	۰/۹۴۸	۳/۹۱	برگزاری آموزش‌های بازاریابی مرتبط با فعالیت‌های موجود برای روستاییان منطقه
۸	۰/۲۵۸	۱/۰۳۴	۴/۰۰	برگزاری دوره‌های آموزشی تخصصی کارآفرینی و ایجاد کسب و کارهای جدید
۹	۰/۲۵۵	۱/۰۶۸	۴/۱۸	استقبال هر چه بهتر روستاییان و مدیران محلی از ایده‌های نو
۱۰	۰/۲۷۰	۱/۰۳۵	۳/۸۳	نگرش مثبت روستاییان منطقه نسبت به افراد سرمایه‌دار
۱۱	۰/۲۸۶	۱/۱۲۲	۳/۹۲	تغییر نگرش روستاییان منطقه نسبت به افراد ورشکسته
۱۲	۰/۲۹۸	۱/۱۸۸	۳/۹۸	استقبال بهتر روستاییان از افراد خلاق و نوآور

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

در جدول ۱۰، توزیع فراوانی سازه‌های شکل‌گیری بسترهای مالی و اقتصادی توسعه کارآفرینی در تعاونی بیان شده است. متغیرهای کمک به ایجاد راه‌اندازی کسب و کارهای جدید با جذب حمایت‌های مالی، کمک به تسهیل اعطای تسهیلات از سوی بانک‌ها به روستاییان برای راه‌اندازی کسب و کارهای جدید و ایجاد ساز و کارهای لازم و تشویق بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در کسب و کارهای جدید روستایی به ترتیب اولویت‌های اول تا سوم را به خود اختصاص داده‌اند.



جدول ۱۰. اولویت‌بندی شکل‌گیری بسترهای مالی و اقتصادی توسعه کارآفرینی در تعاونی

اولویت	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	گویه
۱	۰/۲۲۵	۰/۸۶	۳/۸۱	کمک به ایجاد راه اندازی کسب و کارهای جدید با جذب حمایت‌های مالی
۲	۰/۲۲۸	۰/۸۹	۳/۹۰	کمک به تسهیل اعطای تسهیلات از سوی بانک‌ها به روستاییان برای راه اندازی کسب و کارهای جدید
۳	۰/۲۳۲	۰/۹۱	۳/۹۱	ایجاد ساز و کارهای لازم و تشویق بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در کسب و کارهای جدید روستایی
۴	۰/۲۳۵	۰/۹	۳/۸۲	کمک به سرمایه‌گذاران ریسک‌پذیر برای سرمایه‌گذاری در کسب و کارهای جدید
۵	۰/۲۳۶	۰/۹۶	۴/۰۶	ایجاد ساز و کارهای لازم برای اعطای وام با بهره پایین از سوی بانک‌ها و مؤسسات به طرح‌های نو روستایی
۶	۰/۲۳۹	۰/۹۶	۴/۰۱	کمک به جذب سرمایه‌گذاری‌های دولتی برای ایجاد فرصت‌های جدید شغلی
۷	۰/۲۴۱	۰/۹۴	۳/۸۹	تشویق و فعال کردن سرمایه‌گذاران محلی برای حمایت از صاحبان ایده‌های نو در روستا

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

### میزان موفقیت تعاونی‌های صیادی استان بوشهر در دستیابی به اهداف

یکی از اهداف پژوهش حاضر بررسی میزان موفقیت تعاونی‌های صیادی استان بوشهر در دستیابی به اهداف از پیش تعیین شده از دیدگاه اعضای تعاونی می‌باشد. اهداف فعالیت‌های تعاونی‌های صیادی در قالب ۲۱ سؤال تنظیم و میزان تحقق آن از دیدگاه اعضا به صورت کمی سنجیده شد. پس از امتیازات نهایی، میزان تحقق اهداف تعاونی‌ها برآورد گردید. نحوه تبدیل

امتیازات کسب شده به چهار سطح میزان موفقیت تعاونی‌ها به شرح ذیل برآورد شد (تقی پور و همکاران، ۱۳۹۲):

انحراف معیار - میانگین  $A < A \leq$  مینیمم: ضعیف = A

میانگین  $B < B \leq$  انحراف معیار - میانگین: متوسط = B

انحراف معیار + میانگین  $C < C \leq$  میانگین: خوب = C

ماکسیم  $D \leq D \leq$  انحراف معیار + میانگین: عالی = D

چنان که جدول ۱۱ نشان می‌دهد، میزان موفقیت تعاونی‌های صیادی استان بوشهر در دستیابی به اهداف از پیش تعیین شده از نظر ۳۴/۱ درصد از اعضای (پاسخگویان) در حد متوسط به پایین و از دید ۱۳/۸ درصد از اعضا در حد عالی ارزیابی شده است.

جدول ۱۱. موفقیت تعاونی‌های صیادی استان بوشهر در دستیابی به اهداف از پیش تعیین شده

میزان موفقیت	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
ضعیف	۴۴	۱۳/۸	۱۳/۸
متوسط	۱۰۹	۳۴/۱	۴۷/۹
خوب	۱۲۳	۳۸/۴	۸۶/۲
عالی	۴۴	۱۳/۸	۱۰۰
کل	۳۳۰	۱۰۰	

مأخذ: یافته‌های تحقیق

برای بررسی تفاوت بین میانگین موفقیت تعاونی‌های صیادی استان بوشهر از آزمون تحلیل واریانس یکطرفه و آزمون تعقیبی (ال. اس. دی) استفاده شد که نتایج آن در جدول ۱۲ آمده است. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، تفاوت معنی‌داری بین ۳ گروه تعاونی‌های صیادی موجود در استان بوشهر در زمینه دستیابی به اهداف از پیش تعیین شده وجود دارد و تعاونی صیادی دیر در میان تعاونی‌های بررسی شده موفق‌تر بوده است.

جدول ۱۲. تحلیل واریانس یکطرفه مربوط به میزان موفقیت تعاونی‌ها

دیر	بردخون	دلوار	F	P
۳/۳۳ <sup>a</sup>	۱/۸۴ <sup>b</sup>	۲/۳۳ <sup>c</sup>	۱۷۶/۳۳	۰/۰۰۰۱

مأخذ: یافته‌های تحقیق

توضیح: حروف غیر یکسان نشان‌دهنده تفاوت معنی‌داری در سطح ۵ درصد می‌باشد.  
\* دامنه میانگین‌ها از هیچ = تا خیلی زیاد = ۵ می‌باشد.

### بررسی همبستگی متغیرهای مستقل پژوهش با میزان روحیه کارآفرینی اعضای تعاونی‌ها

بررسی ضرایب همبستگی نشان می‌دهد که بین رضایت از فعالیت‌های انجام شده، ویژگی‌های کارآفرینانه اعضای تعاونی، شکل‌گیری بسترهای فرهنگی- اجتماعی کارآفرینی، شکل‌گیری بسترهای مالی و اقتصادی توسعه کارآفرینی، آگاهی افراد از وضعیت تعاونی، ارتباط با سازمان‌ها و نهادها، اعتماد افراد به تعاونی و ارکان تعاونی، حمایت‌های دولت، شرکت در دوره‌های آموزشی، تأثیر فعالیت‌های گروهی و موفقیت تعاونی‌ها با میزان روحیه کارآفرینی اعضا رابطه معناداری وجود دارد (جدول ۱۳).

جدول ۱۳. تحلیل همبستگی متغیرهای مستقل پژوهش با میزان روحیه کارآفرینی اعضای تعاونی‌ها

متغیر	ضریب همبستگی	سطح معنی داری
رضایت از فعالیت‌های انجام شده	۰/۲۲۷	۰/۰۰۲*
ویژگی‌های کارآفرینانه در اعضای تعاونی	۰/۰۲۱	۰/۰۰۰***
شکل‌گیری بسترهای فرهنگی - اجتماعی کارآفرینی	۰/۳۲۱	۰/۰۴۸*
مشارکت افراد در تعاونی	۰/۲۱۴	۰/۲۲۱
شکل‌گیری بسترهای مالی و اقتصادی توسعه کارآفرینی	۰/۰۱۴	۰/۰۰۰***
آگاهی افراد از وضعیت تعاونی	۰/۳۵۲	۰/۰۰۵***
ارتباط با سازمان‌ها و نهادها	۰/۲۲۸	۰/۰۱۴*
اعتماد افراد به تعاونی و ارکان تعاونی	۰/۲۲۱	۰/۰۰۰***
حمایت‌های دولت	۰/۰۲۹	۰/۰۴۰*
شرکت در دوره‌های آموزشی	۰/۲۴۲	۰/۰۰۳***
تأثیر فعالیت‌های گروهی	۰/۳۶۱	۰/۰۰۲*
توسعه زیرساخت‌های کارآفرینی	۰/۲۸۵	۰/۲۳۵
موفقیت تعاونی‌ها	۰/۲۲۲	۰/۰۰۱***

مأخذ: یافته‌های تحقیق

$P \leq 0.05$  \*  $P \leq 0.01$  \*\*

## تحلیل رگرسیون چندگانه عوامل مؤثر بر ترویج روحیه کارآفرینی

در خصوص تأثیر متغیرهای مستقل تحقیق در متغیر وابسته (ترویج و میزان روحیه کارآفرینی) ۱۳ متغیر وارد معادله رگرسیون چندگانه گردیدند که نتایج در جدول ۱۴ آورده شده است. به منظور تبیین سازه‌های مؤثر بر ترویج روحیه کارآفرینی در تعاونی‌های صیادی استان بوشهر از تحلیل رگرسیونی چندگانه به روش هم‌زمان (Enter) بهره گرفته شد (جدول ۱۴). در این رگرسیون، براساس نتایج به دست آمده، رضایت از فعالیت‌های انجام شده، ویژگی‌های کارآفرینانه در اعضای تعاونی، شکل‌گیری بسترهای فرهنگی - اجتماعی کارآفرینی، مشارکت افراد در تعاونی، شکل‌گیری بسترهای مالی و اقتصادی توسعه کارآفرینی، شرکت در دوره‌های آموزشی، ارتباط با سازمان‌ها و نهادها، اعتماد افراد به تعاونی و ارکان تعاونی و حمایت‌های دولت متغیرهایی بودند که در میزان تغییرات متغیر وابسته یعنی ترویج روحیه کارآفرینی نقش داشتند. لذا این متغیرها در مدل نهایی باقی مانده و بقیه متغیرها از معادله حذف شدند. نتایج نشان می‌دهد که این متغیرها ۶۵ درصد ( $R^2=0/653$ ) از میزان نوسانات متغیر ملاک را پیش‌بینی می‌کنند. در این میان، متغیر مشارکت افراد در تعاونی با مقدار بتای  $0/272$  و شرکت در دوره‌های آموزشی با مقدار بتای  $0/251$  بیشترین تأثیر را بر متغیر وابسته داشتند (جدول ۱۴).

جدول ۱۴. نتایج حاصل از رگرسیون چندگانه

متغیر	B	Beta	t	P
عدد ثابت (a)	0/678	0	2/399	0/017
رضایت از فعالیت‌های انجام شده ( $X_1$ )	0/124	0/116	2/059	0/04
ویژگی‌های کارآفرینانه در اعضای تعاونی ( $X_2$ )	0/178	0/169	2/052	0/041
شکل‌گیری بسترهای فرهنگی - اجتماعی کارآفرینی ( $X_3$ )	0/096	0/099	2/091	0/037
مشارکت افراد در تعاونی ( $X_4$ )	0/336	0/272	4/155	0/000
شکل‌گیری بسترهای مالی و اقتصادی توسعه کارآفرینی ( $X_5$ )	0/146	0/136	2/001	0/046
شرکت در دوره‌های آموزشی ( $X_6$ )	0/343	0/251	5/821	0/000
ارتباط با سازمان‌ها و نهادها ( $X_7$ )	-0/079	-0/077	-2/174	0/03
اعتماد افراد به تعاونی و ارکان تعاونی ( $X_8$ )	-0/102	-0/906	-2/368	0/019
حمایت‌های دولت ( $X_9$ )	-0/077	-0/072	-2/033	0/043
تأثیر فعالیت‌های گروهی ( $X_{10}$ )	-0/007	-0/006	-0/121	0/904

ادامه جدول ۱۴				
۰/۹۷۷	۰/۰۲۹	۰/۰۰۲	-۰/۰۰۲	توسعه زیرساخت‌های کارآفرینی (X <sub>11</sub> )
۰/۱۷۵	-۱/۳۵۸	-۰/۰۵۷	-۰/۱۰۳	موفقیت تعاونی‌ها (X <sub>12</sub> )
۰/۱۲۴	۱/۲۴۱	۰/۰۶۶	۰/۰۶۹	آگاهی افراد از وضعیت تعاونی (X <sub>13</sub> )
F=۵۱/۱		R <sup>2</sup> =۰/۶۵۳		R = ۰/۶۶۶

مأخذ: یافته‌های تحقیق

بنابراین، معادله‌ای که می‌توان برای تخمین عوامل مؤثر بر ترویج کارآفرینی در تعاونی‌های صیادی در نظر گرفت به صورت زیر می‌باشد:

$$Y = ۰/۶۷۸ + ۰/۱۲۴X_1 + ۰/۱۷۸ X_2 + ۰/۰۹۶X_3 + ۰/۳۳۶X_4 + ۰/۱۴۶X_5 + ۰/۳۴۳X_6 - ۰/۰۷۹ X_7 - ۰/۱۰۲ X_8 - ۰/۰۷۷ X_9$$

نتایج حاصل از این تحقیق با نتایج تحقیقات احمدپور دارایانی (۱۳۷۷)، فلاح جلودار (۱۳۸۶)، آمدی و همکاران (۱۳۸۸) در خصوص متغیرهای خدمات همخوانی دارد. همچنین نتایج حاصل از رگرسیون عوامل مؤثر بر ترویج روحیه کارآفرینی در بین اعضا با تحقیقات آمدی و همکاران (۱۳۸۸)، نیک‌پار (۱۳۸۲)، هیسریچ و براش (Hisrich and Brush, 1998) و تانگ و یو (Tang and Yeo, 1995) هم راستاست.

### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در زمینه تأثیر خدمات ارائه شده در تعاونی‌ها بر ترویج کارآفرینی نتایج نشان داد که از بین خدمات مختلف دو مورد خدمات آموزشی- ترویجی و خدمات مربوط به اعطای وام در اولویت اول قرار دارند؛ بنابراین به منظور ترویج کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی و صیادی باید به تقویت خدمات آموزشی در این نوع تعاونی‌ها توجه بیشتری نمود ضمن اینکه پیشنهاد می‌شود حمایت‌های دولت به ویژه در زمینه اعطای وام به این نوع تعاونی‌ها افزایش یابد.

نتایج نشان داد که تعاونی‌های مورد مطالعه بیشترین رضایت را از فعالیت‌های اطلاع‌رسانی و ایجاد اشتغال داشته‌اند در حالی که در زمینه میزان رضایت از خدمات حمل و نقل و تهیه وام و

اعتبار مورد نیاز اعضا کمترین رضایت وجود داشته است؛ بنابراین پیشنهاد می شود نسبت به خدمات حمل و نقلی و تهیه وام برای اعضای تعاونی‌های صیادی تسهیلات لازم فراهم آید تا به ترویج کارآفرینی بین اعضای تعاونی ها کمک شود.

نتایج در زمینه زیرساخت‌های لازم جهت ترویج کارآفرینی در تعاونی های صیادی نشان داد که زیرساخت‌های آموزشی و مشاوره‌ای جهت ایجاد کسب و کارهای جدید، زیرساخت‌های مربوط به تشکیل و حمایت از اصناف تخصصی و زیرساخت های خدمات عمومی (آب و برق روستایی) از جمله مهم ترین زیرساخت های لازم جهت ترویج کارآفرینی در بین تعاونی‌های صیادی می باشند. بنابراین، پیشنهاد می شود تا در خصوص خدمات آموزشی، اصناف تخصصی و خدمات عمومی روستایی برنامه ریزی و اقدامات لازم قبل از هر چیز انجام شود.

از جمله مهم ترین زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی لازم ترویج کارآفرینی در بین تعاونی های مورد مطالعه، آموزش‌های بازاریابی و برگزاری دوره‌های آموزشی تخصصی کارآفرینی و مشارکت دادن روستاییان در ایده‌های نو بوده است. بنابراین، پیشنهاد می شود نسبت به تأمین آموزش‌های لازم و جلب مشارکت روستاییان برنامه ریزی و همکاری لازم اعمال گردد. مطابق نتایج، از جمله مهم ترین زمینه‌های مالی و اقتصادی لازم در جهت ترویج کارآفرینی در بین تعاونی های مورد مطالعه جذب حمایت‌های مالی در راه اندازی کسب و کارهای جدید، اعطای تسهیلات از سوی بانک‌ها به روستاییان، و جلب سرمایه‌ها و سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی و خارج از محیط روستاست. بنابراین، توصیه می شود جهت ترویج کارآفرینی بین اعضای تعاونی‌ها، حمایت‌های مالی و تسهیلات لازم جهت راه اندازی کسب و کارهای جدید فراهم گردد.

نتایج در مورد بررسی عوامل مختلف مؤثر بر ترویج کارآفرینی بین اعضای تعاونی های صیادی و میزان تأثیر هر عامل نشان داد که به ترتیب بیشترین تأثیر را در این مورد عواملی همچون شرکت در دوره های آموزشی، مشارکت افراد در تعاونی، ویژگی‌های کارآفرینانه در اعضای تعاونی، شکل گیری بسترهای مالی و اقتصادی توسعه کار آفرینی و رضایت از فعالیت‌های انجام شده دارا می‌باشند.

با توجه به اینکه ویژگی‌های کارآفرینی اعضا در میزان ترویج کارآفرینی در تعاونی کشاورزی نقش مثبت دارد، لذا لازم است مهارت‌های کارآفرینی به اعضا آموخته شود: نظر به اینکه آموزش در میزان ترویج کارآفرینی اعضا در تعاونی صیادی نقش مثبت دارد، لذا توصیه می‌گردد کارگاه‌های آموزشی مربوط به کارآفرینی در تعاونی‌های صیادی برگزار گردد و اعضا نیز از طریق مشوق‌هایی چون ارائه وام خارج از نوبت، تشویق به شرکت در این دوره‌ها شوند.

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

نتایج حاصل از رگرسیون نیز در مورد بررسی عوامل مختلف مؤثر بر ترویج روحیه کارآفرینی بین اعضای تعاونی‌های صیادی نشان داد که رضایت از فعالیت‌های انجام شده، ویژگی‌های کارآفرینانه در اعضای تعاونی، شکل‌گیری بسترهای فرهنگی - اجتماعی کارآفرینی، مشارکت افراد در تعاونی، شکل‌گیری بسترهای مالی و اقتصادی توسعه کارآفرینی، شرکت در دوره‌های آموزشی، ارتباط با سازمان‌ها و نهادها، اعتماد افراد به تعاونی و ارکان تعاونی و حمایت‌های دولت به عنوان متغیرهایی بودند که بیشترین سهم را در میزان تغییرات متغیر وابسته یعنی ترویج روحیه کارآفرینی داشتند لذا در مدیریت تعاونی‌ها باید به این عوامل توجه ویژه‌ای مبذول گردد.

## منابع

- آمدی، الف.، ملک محمدی، الف. و حسینی نیا، غ. (۱۳۸۸). تحلیل رگرسیونی عوامل مؤثر بر ترویج کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی تهران. *تعاون*، ۲۰(۲۱۰ و ۲۱۱)، ۱۸-۳۴.
- احمدپورداریانی، م. (۱۳۷۷). *طراحی و تبیین الگوی پرورش مدیران کارآفرین در صنعت*. رساله دکتری رشته مدیریت صنعتی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.

- پورقاسم، ش. (۱۳۸۱). بررسی وضعیت و مشکلات اشتغال زنان دارای تحصیلات عالی جویای کار شهر تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- پیشرو، ح. (۱۳۸۳). زمینه یابی ایجاد فرصتهای شغلی از طریق تشکلهای تعاونی در صنایع جنبی نفت، گاز و پتروشیمی منطقه پارس جنوبی بوشهر. تهران: وزارت تعاون، معاونت تحقیقات، آموزش و ترویج.
- تقی پور، م.، عباسی، ع.، چیدری، م.، و حیدری، ع. (۱۳۹۲). تحلیل نگرش کشاورزان شهرستان گچساران نسبت به تشکیل تعاونیهای آب بران، تعاون و کشاورزی، ۲(۶)، ۱-۲۲.
- توسلی، ف.، چرمچیان لنگرودی، م. و احمدپور، الف. (۱۳۹۱). بررسی عوامل مؤثر بر تقویت روحیه کارآفرینی اعضای تعاونی تولید کشاورزی شهرستان آمل. تعاون و کشاورزی، ۳(۱۱)، ۲۱-۴۰.
- جهانبانی بشاره، م.، مقصودی، ط. و سلیمانزاده توتونچی، س. (۱۳۹۰). بررسی تحلیلی راهبردهای توسعه کارآفرینی در تعاونی های کشاورزی. مجموعه مقالات نخستین همایش کنفرانس بین المللی ظرفیت های بخش تعاون در توسعه اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی. وزارت تعاون. فروردین ۱۳۹۰. کیش.
- خداشناس گل افشانی، م. (۱۳۸۹). بررسی میزان موفقیت کارآفرینی گروهی و عوامل مؤثر بر آن و ارائه راهکارهایی برای افزایش کارآفرینی در بخش تعاون استان مازندران. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصاد، دانشگاه پیام نور، ساری.
- دنیائی، ح.، یعقوبی، ج. و رجایی، ی. (۱۳۸۸). عوامل مؤثر بر تقویت و توسعه کارآفرینی در تعاونی های کشاورزی استان زنجان، تعاون، ۳(۲۱)، ۱۱۱-۱۲۵.
- دواس، د. ا. (۱۳۷۸). پیمایش در تحقیقات اجتماعی. ترجمه هوشنگ نایی. چاپ اول. تهران: نشرنی.
- رسولی، ع.، رسول زاده، ب. و عباسی، پ. (۱۳۸۸). عوامل مؤثر بر موفقیت و عدم موفقیت تعاونی های تولیدی استان اردبیل. تعاون، ۲۰(۲۱۰ و ۲۱۱)، ۷۱-۹۰.



- سلیمان پور، م. (۱۳۸۵). بررسی موانع و مشکلات نیل به رویکرد کارآفرینی در آموزش عالی کشاورزی از دیدگاه دانشجویان دوره های تکمیلی استان تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات، تهران.
- صدیقی، ح. و درویشی نیا، ع. الف. (۱۳۸۰). بررسی میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی تولید روستایی استان مازندران. *مجله علوم کشاورزی ایران*، ۳۳(۲)، ۳۱۳-۳۲۳.
- فاضل بیگی، م.م. و یآوری، غ. (۱۳۸۸). تعاون روستایی سرآغازی بر توسعه کارآفرینی. *تعاون*، ۲۰(۲۰۴ و ۲۰۵)، ۴۲-۶۲.
- فلاح جلودار، ر. (۱۳۸۶). تحلیل عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی شمال کشور. رساله دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات. کلانتری، خ. (۱۳۸۶). *جامعه شناسی روستایی*. تهران: دانشگاه پیام نور.
- نامغ، پ. (۱۳۸۶). *مدیریت تعاونی‌ها*. تهران: انتشارات هستان.
- نیک یار، س. ط. (۱۳۸۲). *بررسی اثرات گسترش شرکتهای تعاونی در ایجاد اشتغال با تأکید بر فارغ التحصیلان دانشگاهی بیکار استان تهران*. پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات تهران.
- هرندی زاده، الف. (۱۳۸۹). *بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در تعاونیهای تولید کشاورزی استان اصفهان*. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- یعقوبی، ج. (۱۳۸۴). *شناسایی کارآفرینان بخش کشاورزی و ارائه راهکارهای علمی کاربردی لازم جهت حمایت از آنها از طریق تشکل‌های تعاونی*. گزارش طرح پژوهشی. زنجان: اداره کل تعاون استان زنجان. [منتشر نشده]

Amini, A. M., & Ramazani, M. (2008). Investigation the success factors of poltary growers cooperative in Irans western provinces. *World Applied Sciences Journal*, 5(1), 81-87.

- Bottema, M. J.M., & Bush, S.R.(2012). The durability of private sector-led marine conservation: A case study of two entrepreneurial marine protected areas in Indonesia. *Ocean & Coastal Management*, 61, 38-48.
- Cobia, D., & Barton, D. G. (1989). *Cooperatives in agriculture*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall
- Dobson, B. (2002). *Supporting rural entrepreneurship*. Retrieved from [http://www.nercrd.psu.edu/entreneur\\_what\\_works.../singhknights6part2.pdf](http://www.nercrd.psu.edu/entreneur_what_works.../singhknights6part2.pdf).
- Ghiasvand ghiasy, F., Hosseini, S.J.F., Malekmohammadi, I., & Hosseini, S.M. (2009). Factors influencing the enterpreneurship Iran agricultrural cooperatives. *Australian Journal of Basic and Applied Science*, 2, 1170-1176.
- Ghiasvand ghiasy, F., & Hosseini, J.F. (2010). Challenging in developing entrepreneurship in Iran's agricultural cooperatives. *World Applied Sciences Journal*, 10(9),1032-1037.
- Haque, C. E., Idrobo, C. J., Berkes, F., Giesbrecht, D.(2015). Small-scale fishers' adaptations to change: the role of formal and informal credit in Paraty, Brazil. *Marine Policy*, 51, 401-407.
- Hisrich, R., & Brush, C. (1998). The woman entrepreneur: management skill and business problems. *Journal of Small Business Managemant*, 22,30-37.
- Rogers, R. T. (1997). *Agricultural markrting cooperatives in increasingly concentrated markets*. Retrieved 15.June.2014 from <http://www.unix.oit.umass.edu/resec.241>.

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

Archive of SID

## Role of Fishing Cooperatives in Promoting Entrepreneurship Spirit between Their Members

*M. Samian<sup>1\*</sup>, R. Movahedi<sup>2</sup>, E. Ahmadihagh<sup>3</sup>*

Received: May 29, 2017 Accepted: Nov 20, 2017

### **Abstract**

The main purpose of this research was to determine the impacts of fishing cooperatives on promoting entrepreneurship spirit among their members. The population included 1820 members of the three fishing cooperatives in Bushehr province. Three hundred twenty samples were selected by Kerjcie and Morgan Table. A proportional stratified sampling method was used to specify the samples' numbers for each cooperative. The validity of the questionnaires was gained by the use of a panel of experts, necessary corrections were implemented. The reliability was achieved by a pilot-test among 30 members. The results revealed that rate of the fishing cooperative's success to achieve entrepreneurship spirit promotion among the members assessed (52.2%) very much and (34.1%) moderate. The results of using multiple regression showed that the variables of participation in training courses, members' participation in cooperative, entrepreneurial characteristics among the cooperatives' members, satisfaction of the cooperative's activities, establishing economic and financial structures for entrepreneurship development had respectively a positive significant effect on promoting entrepreneurship.

**Keywords:** Fishing Cooperative, Entrepreneurship Spirit, Bushehr Province

---

1. PhD Student, Department of Agricultural Extension and Education, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran

\* Corresponding Author

E-mail: samian.masoud@yahoo.com

2. Associate Professor, Department of Agricultural Extension and Education, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran

3. Former Master Student, Department of Agricultural Extension and Education, Yasouj University, Yasouj, Iran.